Revista del Consumidor

15 de marzo: celebremos el día mundial de nuestros derechos

¡CUIDADO!

Los ESTEROTIPOS SEXISTAS nos INVADEN

¿Educas a tus hijos para vivir en equidad?

las imposiciones de género limitan a niñas y a niños

Marzo de 2015 Núm. 457
$25 / ISSN 0185-8874
Exhibir hasta el 31 de marzo

El laboratorio Profeco
Atún enlatado
¡Aguas! Que no te vendan soya por pescado >pág. 42

Estudio de calidad
Cargadores portátiles
Identifica la mejor opción para darle nueva vida a tus dispositivos >pág. 60

Nuevo Platillo Sabio
Recetas más ricas
Este clásico de la RdC también fue embellecido y mejorado para ti

Más secciones
Configuración, guías, objetos...
Únete a la fiesta por el rediseño de nuestra revista: léela, disfrútala y discute sus contenidos

¿Qué necesitas para ver la Televisión Digital Terrestre (TDT)?

01

Solo necesitas...

Un televisor con sintonizador digital de acuerdo con el estándar ATSC A/53 y con el estándar de compresión de video MPEG-2 y/o MPEG-4.

02

También...

Podrás usar tu actual televisor analógico. Solo tienes que conectar un decodificador y una antena del tipo interior o exterior.

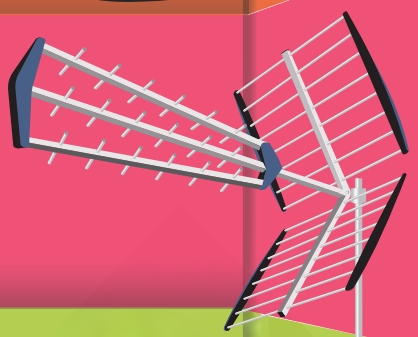
Si ya cuentas con una antena, prueba si funciona para recibir TDT.

03

Si aún no puedes verla...

Necesitas adquirir una antena para interior o exterior que te permita recibir TDT en las bandas VHF y UHF.

Las exteriores tienen mejor recepción.



04

Te recomendamos...

Hacer la búsqueda automática de los canales.

Es probable que tengas que resintonizar tu televisor digital o decodificador para agregar nuevas señales.

#TDTmx

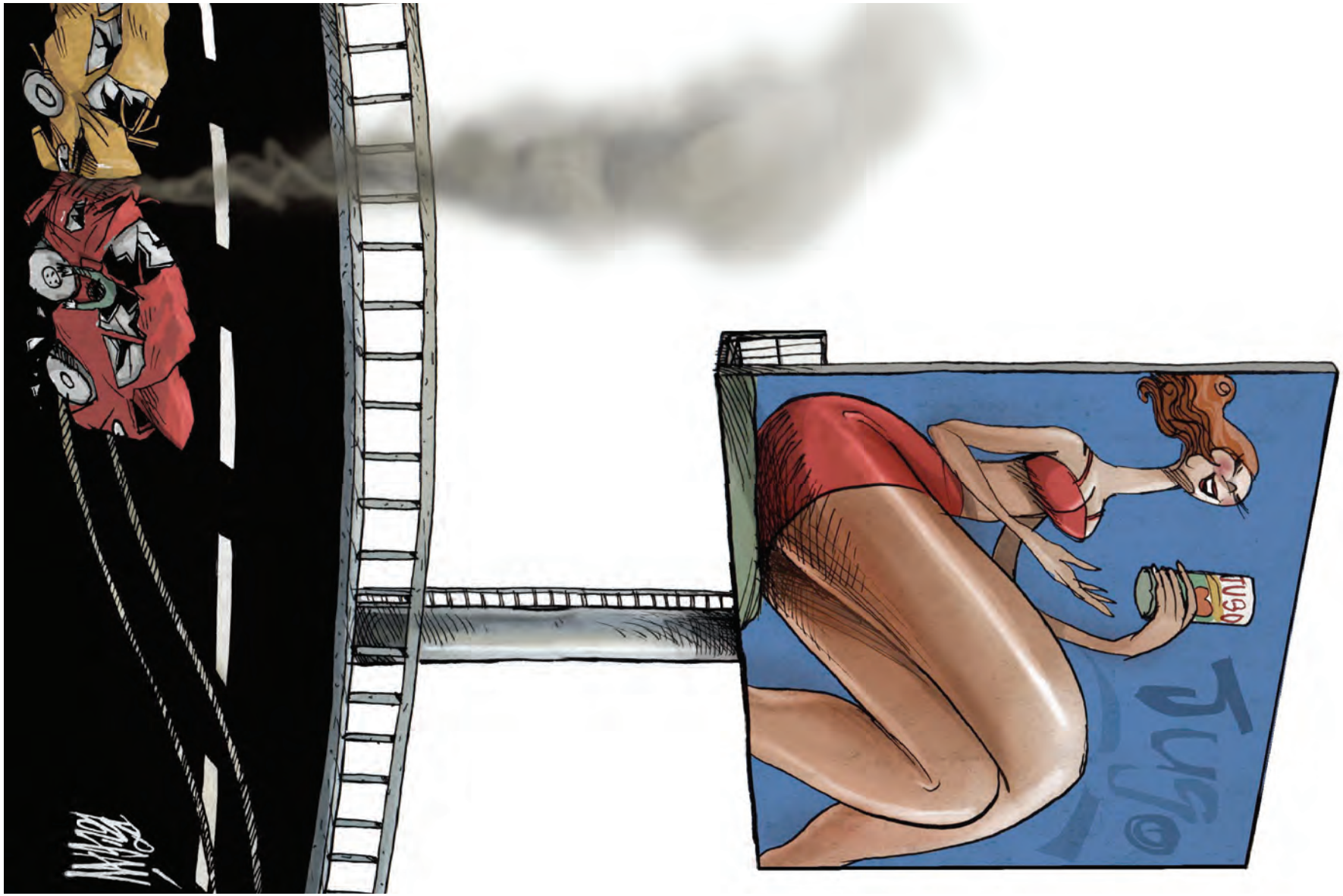
TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE
www.tdt.mx

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

La señal digital ya está aquí. Es gratis, es de todos.

POR | BOLIGAN

Curvas peligrosas



Los incrementos mensuales en los precios por litro de la gasolina, el diésel y el gas LP se detendrán en este año

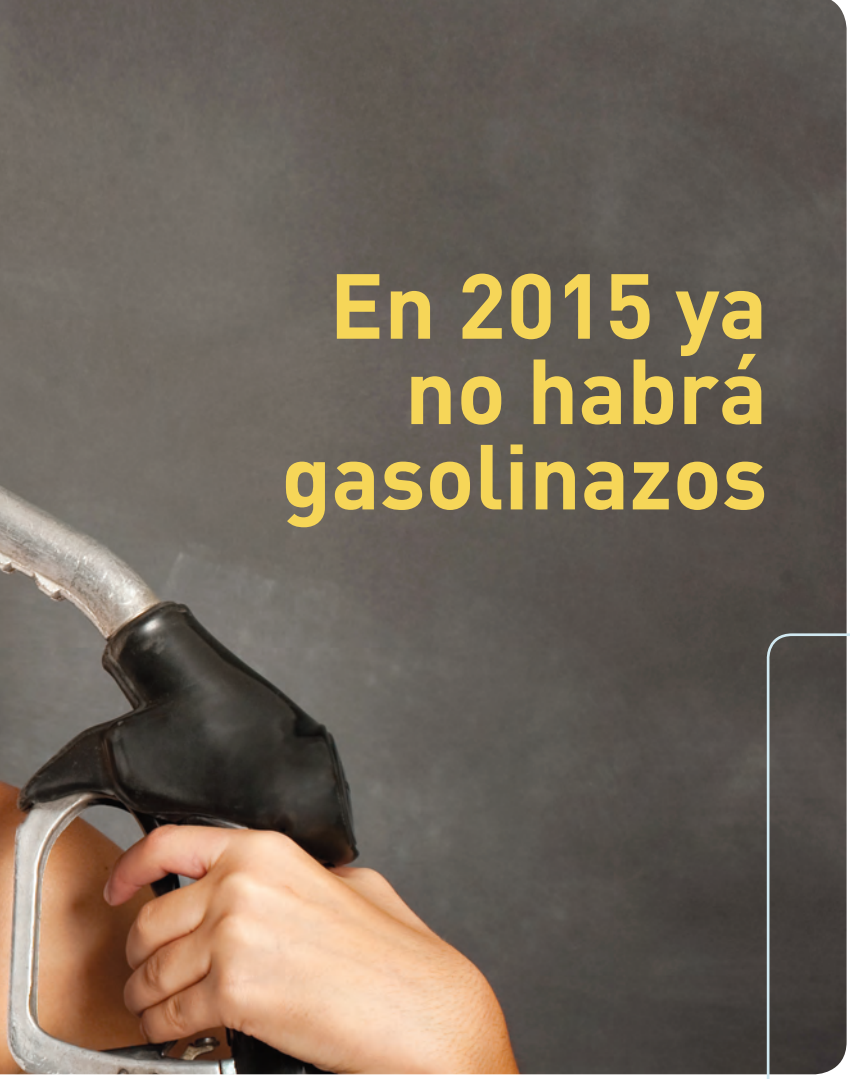
2014 fue el último año en el que se aplicó el "gasolinazo", es decir, el aumento de 11 centavos al precio de la gasolina el primer sábado de cada mes.

Como lo aprobó la Cámara de Diputados, en enero ocurrió el aumento más significativo al haber entrado en vigor el impuesto de 13 centavos que se aplica para todas las actividades que generan emisiones de carbono, eso incluye al diésel y la gasolina. Este será un aumento único, que no volverá a ocurrir en lo que resta del año.

La cancelación del gasolinazo es parte de la oportunidad histórica con la que México podrá aprovechar sus recursos energéticos de forma racional, sustentable y con apego a los principios de soberanía nacional, eficiencia económica y beneficio social de la Reforma Energética.

Así será posible detonar el potencial del sector energético para generar mayor bienestar para la población. Este objetivo se logrará a través del aumento de la producción de energía más limpia y de menor costo, el incremento de la renta petrolera, la generación de empleos bien remunerados y la protección al medio ambiente.

En 2015 ya no habrá gasolinazos



La Reforma Energética tiene como finalidad atraer inversiones y modernizar el sector energético a fin de impulsar:

- **EL APOYO A LA ECONOMÍA FAMILIAR MEDIANTE LA DISMINUCIÓN DEL PRECIO DE LA LUZ, DEL GAS Y DE LOS ALIMENTOS,** así como con la creación de empleos formales bien remunerados y un mejor abastecimiento de combustibles.

- **EL DESARROLLO SOCIAL, AL DESTINAR LA RENTA PETROLERA A APUNTALAR EL GASTO SOCIAL, EL AHORRO DE LARGO PLAZO Y A PROGRAMAS DE BECAS, A LA PENSIÓN UNIVERSAL Y A PROYECTOS PRODUCTIVOS Y TECNOLÓGICOS**, así como a establecer mecanismos para que los beneficios de la actividad energética lleguen a las comunidades y propicien el desarrollo regional.

- **EL CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE, LA PROTECCIÓN DE LOS TRABAJADORES Y EL BIENESTAR DE LA POBLACIÓN**, al fomentar la generación de energía a partir de fuentes renovables y tecnologías limpias, al regular la seguridad del sector hidrocarburos y hacer a las empresas corresponsables del bienestar de las comunidades.

- **EL AUMENTO DE LA TRANSPARENCIA EN EL SECTOR ENERGÉTICO, PARA QUE LOS MEXICANOS CONOZCAN LOS INGRESOS QUE SE OBTIENEN POR LA EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO Y GAS NATURAL**, y así puedan verificar que se destinen para mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo nacional.

- **LA COMPETITIVIDAD DEL PAÍS, HACIENDO POSIBLE QUE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS GASTEN MENOS EN ENERGÍA**, y que Pemex y la CFE utilicen sus recursos para modernizarse y asimilar tecnología de vanguardia.

- **LA CAPACIDAD PRODUCTIVA E INDUSTRIAL DE MÉXICO, AL AUMENTAR LA OFERTA DE INSUMOS DE MENOR COSTO PRODUCIDOS EN TERRITORIO NACIONAL.** Asimismo, se fortalecerán nuestras exportaciones de energía y se reducirá nuestra creciente dependencia de energéticos importados.

¿Quieres saber más de las Reformas en Acción? Visita el sitio **reformas.gob.mx** y entérate de todos los detalles y alcances del paquete de reformas estructurales.

Con la Reforma Energética, el país transitará hacia un modelo energético dinámico, basado en los principios de competencia, apertura, transparencia, sustentabilidad y responsabilidad fiscal de largo plazo. Así tendremos un México más competitivo y próspero, que sentará las bases para una nueva etapa de desarrollo y bienestar en beneficio de las familias mexicanas.

CONTENIDO

6 | *Qué hacer sí ...*
El Teléfono del Consumidor cumplió 35 años

8 | *Organizaciones de consumidores*
Las acciones de los cuidadanos en el mundo

11 | *Guía de compra*
Adquiere un tiempo compartido acorde con tus hábitos de viajero

13 | *Configuración*
Encuentra los rincones adecuados para colocar tu módem

14 | *Esquina cultural*
Turista o viajero, ¿qué eres?

16 | *Nutrición*
La unión de cereal y leguminosa hace la fuerza

18 | *Ciencia*
Conserva la temperatura de tu hogar y ahorra

22 | *Radiografía*
Anticonceptivos: infórmate y planifica

32 | *Infografía*
Día Mundial de los Derechos del Consumidor 2015

34 | *Tendencias*
Que la publicidad no te venda estereotipos de género

42 | *El Laboratorio Profeco reporta*
Atún envasado
Por ser un habitante frecuente en nuestras alacenas y por práctico, nutritivo y sabroso, analizamos qué hay dentro de esas latas y empaques que dicen ser atún

60 | *Estudio de calidad*
CARGADORES
Los analizamos para conocer cuál de todos puede ser el mejor aliado de tu *smartphone*

56 | *QQP*
Conoce dónde consigues el atún envasado más barato

70 | *Turismo*
Agua Blanca: escápate a las nubes

72 | *Tecnología Doméstica Profeco*
Recicla botellas e ilumina tu hogar

74 | *Pequeños consumidores*
Cuidado con lo que deseas, ¡podrías convertirte en gorila!

76 | *Crianza*
Educa a tus hijos varones para la equidad

78 | *Nuevos caprichos*
Dale rienda suelta a tu frivolidad

80 | *Objeto del deseo*
Tesoros de un futuro cercano

La Revista del Consumidor, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población.
No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales. Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

El derecho a la alimentación sana

Marzo es un momento en el año de suma importancia para la **Procuraduría Federal del Consumidor**: el 15 de este mes celebramos el **Día Mundial de los Derechos del Consumidor**; en este 2015, la fecha se enfoca en el **Derecho a una Alimentación Sana**, el cual fue reconocido por la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**, en 1948.

La ocasión es idónea para abordar uno de los problemas más urgentes en México: la obesidad y el sobrepeso, causantes, a su vez, de enfermedades crónicas, como diabetes y cáncer. La ingesta de alimentos poco saludables en grandes cantidades es el principal problema de salud pública que enfrentamos.

Contar con una alimentación adecuada, segura, culturalmente aceptable, suficiente y con alto valor nutricional no es privilegio, sino un bien que nos corresponde a todos disfrutar. En muchas regiones de nuestro país, la población no tiene acceso a una dieta que satisfaga sus requerimientos básicos; sin embargo, en otras zonas, los estilos de vida y los hábitos que como consumidores adoptamos nos hacen tomar decisiones erróneas sobre la comida. Una herramienta para combatir los problemas de salud que acarrean los excesos y prevenir enfermedades es la información.

Conocer qué comer, en qué porciones y qué tan frecuentemente es un cambio que puede aportar mucho a la salud. En **Profeco** nos sumamos a la diaria tarea de informar a las y los consumidores sobre las mejores opciones de compra, de tal manera que sus elecciones resulten convenientes para mantener la salud de su familia.

Procuradora Federal del Consumidor
Lorena Martínez Rodríguez

Revista del Consumidor

Procuradora Federal del Consumidor
Lorena Martínez Rodríguez

Coordinador General de Educación y Divulgación
Juan Ricardo Hernández Morales

Director General de Difusión
Marco José Sánchez Lira

Director Editorial
Uriel Rodríguez Meléndez

Coordinadora Editorial
Thalía Castillo Gill

Jefa de Redacción y corrección de estilo
Valentina Santos García

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Diseño
Roberto Paz Amaya
Alejandro Sánchez Velasco

Ilustración
Arnulfo Guevara
Mónica Mianda
Bruno Piña

Fotografía
José Rodríguez

Colaboradores
Alma Beade Ruelas
Boligán
Carlos Enrique García Soto
César Heredia Martínez
Salvador Leal
Orianna Martínez
Tere Rull Reveles

Departamento de Distribución y Circulación
Susana Frías De Cristóbal

Suscripciones y Publicidad
5516 6612 - 5212 0468
circulacion@profeco.gob.mx

Consejo Editorial
Alfredo Albíter Sánchez
Noreli Domínguez Acosta
Salvador Farías Higareda
Gastón Fernández Arnaiz
Juan Ricardo Hernández Morales
Érika Lejsek Leonard
Ivonne Némer Orive
Rafael Ochoa Morales
Roberto Padilla Márquez
Estela Ruiz Esparza
Marco José Sánchez Lira
Tomás Manuel Sánchez Robles

Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, DF, CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A.C., Calle Guerrero #50, col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Uriel Rodríguez Meléndez. Tiraje: 40,000 ejemplares.

PROFECO Procuraduría Federal del Consumidor — SE Secretaría de Economía

Quiero quiero hacer uso de los servicios de Profeco

"Si de precios se quiere enterar, solo un número debe de marcar: 568 8722..." , es la pegajosa tonada que desde 1980 invitaba a los consumidores a llamar al **Teléfono del Consumidor**. El pasado 5 de febrero, este servicio que al día de hoy es la puerta principal a **Profeco**, cumplió 35 años

¿Te vendieron gato por liebre y no te reponen tu dinero?, ¿contrataste un servicio y el proveedor desapareció de la faz de la tierra?, ¿te llaman durante las horas más inoportunas para venderte estancias gratuitas en Uzbekistán, ofrecerte gangas inmejorables si contratas con plazo forzoso por los próximos cien años u otorgarte créditos ilimitados aunque ya estés endeudado hasta el cuello?, ¿la escuela de tu hijo cobra cuotas "voluntariamente a fuerzas"?... O tal vez estás de buenas y te gustaría fabricar salchichas de atún, gel antibacterial o reparar tú mismo una fuga de agua; conocer alguna de nuestras sabias recetas; estar al tanto de los resultados del estudio de calidad de algún producto que te interese; o, ¿por qué no?, suscribirte a la **Revista del Consumidor**.

Cualquiera de las inquietudes mencionadas y muchas otras más son atendidas diariamente, de lunes a viernes –excepto 25 de diciembre, 1 de enero y días festivos– de 9 a 7 horas y los sábados y domingos de 10 a 5, en el **Teléfono del Consumidor (TelCon)**, principal instrumento de asistencia y atención al público de **Profeco**, que desde 2010 ya no sólo atiende vía telefónica, sino también en línea.

Quienes trabajamos en el Teléfono del Consumidor, somos, en cierta medida, la cara y los oídos de Profeco.

Guillermina Feria,
informadora desde 1992

LA PUERTA DE PROFECO SIEMPRE ABIERTA

Cuando llamas al **5568 8722** en el DF y zona metropolitana, **01 800 468 8722** en el resto del país y vía internet en **telefonodelconsumidor.gob.mx**, puedes estar seguro de recibir:

• **Información y asesoría**. Conoce tus derechos como consumidor y sobre los diversos servicios que ofrece **Profeco**

Programa de citas por teléfono (Procitel). Con este sistema puedes agendar una cita en tu delegación o subdelegación **Profeco** más cercana para iniciar un proceso de queja contra algún proveedor

Ubicar delegaciones y subdelegaciones de Profeco. Puedes conocer los domicilios y contactos de las delegaciones y subdelegaciones en todos los estados de la república

• **Comportamiento comercial de las empresas.** Solicita información sobre proveedores de bienes o servicios, para conocer si sus contratos de adhesión están inscritos ante **Profeco** y si existen quejas registradas en su contra, en nuestro **Buró Comercial**

• **Queja.** Si vas a reportar que un proveedor te incumplió con precios, cantidades, plazos, términos características y compromisos. Sobre este servicio TelCon sólo brinda asesoría (más adelante explicamos cómo se inicia el proceso conciliatorio)

Denuncias. Informa sobre irregularidades o abusos por parte de un proveedor que afectan a los consumidores de tu comunidad

Tecnología Doméstica Profeco. Conoce el procedimiento para elaborar en casa gran diversidad de productos de uso cotidiano

• **Comparativo de precios.** Consulta el **Quién es Quién en los Precios (QQP)** la herramienta que **Profeco** pone a tu disposición para que consultes y compares los pecios de múltiples productos y servicios que se ofrecen en distintas tiendas de tu zona

• **Estudios de calidad.** Puedes preguntar por los resultados de los estudios comparativos que ha realizado nuestro Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor sobre diversos productos

• **Platillo Sabio Profeco.** Pregunta por las más de 170 recetas de platillos equilibrados, sanos y económicos, ¡cada mes hay dos nuevas!

• **Suscripciones a la Revista del Consumidor.** Para que por el precio de 10 ejemplares recibas oportunamente el año entero la herramienta tan valiosa que en este momento estás leyendo

QUIÉN TE ATIENDE Y TE ENTIENDE

El equipo de **TelCon** está capacitado para resolver dudas y canalizar a los usuarios a las áreas o instancias competentes. Se divide en dos ramas: informadores y asesores.

Los informadores son el primer contacto; se encargan de atender todas las solicitudes y resolver dudas; en caso de que tu llamada sea para denunciar o quejarte por una práctica abusiva —cobro indebido, cargos no autorizados, publicidad engañosa, entre otras—, el informador determinará si tu asunto compete a Profeco y te transferirá a un asesor, que es un abogado con experiencia en atención a consumidores.

El asesor aclarará todas tus dudas y te canalizará a tu delegación más cercana o a **Concilianet** para iniciar una queja, es decir, un proceso en el cual un abogado conciliador –que se te asigna en forma gratuita– buscará el modo en que tanto tú como el proveedor lleguen a un arreglo.

Los consumidores tienen la posibilidad de empoderarse consultando cuáles son los proveedores incumplidos, si existen o no quejas en su contra, cuántas y por qué motivo. Nosotros los asesoramos, no sólo para que concilien, sino para que decidan de acuerdo a sus intereses

Yazmín Álvarez Santillán,
directora de TelCon

Debemos conocer no sólo la estructura de nuestra área de servicio, sino la de toda institución, porque de aquí los remitimos a todas las áreas

María Teresa Gálvez,
asesora desde 2001

Nuestras fronteras

Algunas de las llamadas que diariamente recibe TelCon son sobre asuntos que no competen a **Profeco**, recuerda que esta fue creada para atender asuntos derivados de prácticas comerciales; aquellos que se derivan de servicios financieros, de salud o incluso, emergencias corresponden a otras instancias –Condusef, Cofepris, Locatel y otras.

Ten por seguro que de igual manera los informadores y asesores de **TelCon** con gusto te especificarán y darán el contacto de la dependencia o instancia correspondiente.

ENTREVISTA

"Las dietas poco saludables son más mortíferas que el tabaco"

El 15 de marzo se celebra el **Día Mundial de los Derechos del Consumidor —DMDC—**, conmemorando la fecha en que, en 1962, el entonces presidente estadounidense John F. Kennedy diera su histórico discurso ante el Congreso de su país, en el que se pronunció a favor de los derechos de los consumidores, el grupo más grande de la sociedad "cuya voz nunca se escucha por no estar organizados" y porque la información que necesita no se encuentra disponible o es poco clara.

Consumers International (CI), la mayor federación de organizaciones de consumidores alrededor del mundo y responsable de instituir esta fecha conmemorativa, sostiene que nos resulta cada vez más difícil hacer elecciones de alimentos sanos, lo que ha provocado una grave crisis global; **Anna Glayzer, directora del Programa Mundial para la Seguridad Alimentaria y la Nutrición** de dicha organización, nos habló en entrevista al respecto:

Debido a que en años anteriores el Día Mundial de los Derechos del Consumidor se ha enfocado a temas relacionados con la buena alimentación, ¿qué es lo que se espera lograr en este año?

• En 2008 y 2009, el DMDC se centró en la publicidad de comida chatarra dirigida a niños. La campaña de CI fue fundamental para que la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** en 2010 trabajara en el acuerdo "**Recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños**". Para el año en curso, esperamos ver mayores avances en la implementación de estas recomendaciones en cada país. Pero además de la regulación publicitaria, necesitamos un etiquetado consistente de alimentos procesados, que las empresas reformulen sus productos para reducir los niveles de sal, azúcar, grasa y energía, y que los gobiernos consideren medidas fiscales, como los impuestos a refrescos.

EL IMPACTO ECONÓMICO GLOBAL DE LA OBESIDAD ES APROXIMADAMENTE DE **2.8 POR CIENTO DEL PIB MUNDIAL**, MÁS O MENOS EQUIVALENTE AL IMPACTO ECONÓMICO MUNDIAL DEL TABAQUISMO, LA GUERRA Y EL TERRORISMO

EN EL MUNDO

CONSUMIDORES EN ACCIÓN

En España, los consumidores organizados han conseguido empoderar el discurso y la influencia de la sociedad civil, como es el caso de la labor de FACUA-Consumidores en Acción, que después de más de 30 años de trabajo cuenta con 122 mil miembros, presencia en seis comunidades ibéricas y forma parte del Consejo de Consumidores y Usuarios de España y de Consumers International.

En años recientes, FACUA ha llevado a cabo campañas de concientización durante las celebraciones del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, utilizando las redes sociales han explotado el poder de las etiquetas –*hashtags*– #reyesdelfraude o #Nomefiodelosbancos.

Te enseñamos cómo reclamar

Se trata de una guía en la que se detallan los pasos a seguir para plantear una queja o denuncia y qué hacer si la respuesta no se produce o no resuelve el problema.

Durante los últimos años ha ido en aumento la crisis de salud pública provocada por la mala alimentación a nivel internacional. ¿Cómo busca CI concretar acciones que generen un cambio verdadero en el consumo de alimentos?

• Hacemos un llamado para la creación de un acuerdo global que proteja y promueva dietas saludables, que utilice un mecanismo similar al de la Convención Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Las dietas poco saludables son ahora más mortíferas que el tabaco. La obesidad se ha duplicado desde la década de los ochenta. En 2013 más de ocho millones de personas murieron antes de los 60 años por enfermedades como cáncer, diabetes, padecimientos cardiovasculares, así como otras afecciones no transmisibles en países de bajo y mediano ingreso; todos estos males son altamente influenciados por la dieta. El impacto económico global de la obesidad es aproximadamente de 2.8% del PIB mundial, más o menos equivalente al impacto económico global del tabaquismo, la guerra y el terrorismo juntos. No podemos continuar en la misma dirección.

Si pudiera aconsejar a grupos y asociaciones de consumidores, ¿qué mensaje le gustaría compartirles?

• En vísperas del DMDC 2015, el consejo sería que tengan presente el octavo derecho básico declarado por Kennedy hace 55 años: "El derecho a un entorno saludable para vivir y trabajar en un ambiente que no sea una amenaza para el bienestar de las generaciones presentes y futuras". Hoy en día, a los consumidores les resulta cada vez más difícil hacer elecciones de alimentos saludables. La información que necesitan no se encuentra disponible o es poco clara y suelen ser bombardeados con anuncios de alimentos no saludables.

EN MÉXICO

EL PODER DEL CONSUMIDOR

AÑO DE CREACIÓN: 2006

¿Qué buscan? Exigir el reconocimiento de todos los derechos de los consumidores, denunciar abusos que los vulneran, proponer alternativas y soluciones de prácticas, leyes y políticas públicas para lograr su protección y pleno ejercicio.

¿Cuáles son los temas que desarrollan? Salud alimentaria, transporte eficiente y calidad del aire, mediante campañas públicas de incidencia.

¿Cuáles son las actividades que llevan a cabo? Estudios de productos y servicios; encuestas de opinión a usuarios de servicios y el público; formulación de recomendaciones de política pública; vigilancia de estas políticas y del desempeño de las empresas, así como la identificación de opciones favorables para los consumidores y la denuncia de las prácticas que afectan sus derechos.

Algunos de los logros que han tenido incluyen: las regulaciones sobre los alimentos y bebidas en las escuelas y sobre la publicidad dirigida a la infancia, la implementación del impuesto a las bebidas azucaradas, el destino de recursos para bebederos en las escuelas, el desarrollo y mejoras de sistemas de transporte —Metrobús—, y la implementación de normas más estrictas para la calidad del aire, entre otras iniciativas.

Sitio web: www.elpoderdelconsumidor.org
Teléfono: (55) 5338 4587 y 6273 0002
facebook.com/elpoderdelc
Twitter: @elpoderdelc

Campaña contra los supermercados que desperdician alimentos #nolotires
Exige a los supermercados e hipermercados que donen los alimentos aptos para el consumo que ya no pueden vender.

Campaña contra las compañías que no te desbloquean el móvil #liberamimovil
Si la compañía no quiere liberar el teléfono, sus afiliados pueden pedir que se le aplique una multa por incumplir la ley y que desbloquee los equipos.

Campaña contra la publicidad engañosa #publiengaños
Si se detecta un anuncio engañoso, que los demás lo sepan. Se investigan las prácticas publicitarias fraudulentas para alertar a los consumidores, instar a los anunciantes a que rectifiquen y, si se niegan, denunciar ante las autoridades competentes.

MOVER MÉXICO

Con el Convenio CFE-PROFECO-FIDE

¡No te quedará duda!

Trabajando en conjunto para que estés seguro de que pagas sólo lo que consumes.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

CFE
COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

fide
FIDEICOMISO PARA EL AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Infórmate:

Tels. 01-800-468 8722 / 55688722
www.atodosnosconviene.gob.mx

Tiempo compartido

Estos paquetes ofrecen la posibilidad de vacacionar durante varios años a un precio congelado en hoteles de cuatro o cinco estrellas, con reservaciones aseguradas en cualquier parte del mundo, además de otros beneficios. Aquí te decimos en qué fijarte para que esta oferta no resulte demasiado buena para ser verdad

1 | Tus necesidades y hábitos de viajero

Eres ❑ previsor ❑ improvisado para planear
Viajas ❑ solo ❑ en grupo
Tus estancias son ❑ cortas ❑ largas ❑ varían los lapsos
Sueles transportarte en ❑ avión ❑ auto
Viajas ❑ dentro del país ❑ al extranjero

2 | PRESTIGIO DE LA EMPRESA PROVEEDORA:

❑ *ES UNA MARCA RECONOCIDA*[1]
❑ *CUENTA CON HOTELES Y DESARROLLOS INMOBILIARIOS PROPIOS*
❑ *CONTRATO REGISTRADO ANTE PROFECO*
❑ *ESTÁ AFILIADA A AMDETUR*[2]

Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos. Consulta su página **amdetur.org.mx** o llama al **5488 2028, 29, 30 y 31**

3 | Compañías relacionadas con la membresía[3]

❑ **Sistemas de intercambio internacional**[4]
❑ **Agencias de viaje**
❑ **Boletos de avión**
❑ **Renta de autos**
❑ **Seguros**

4 | Finalmente, revisa cuidadosamente tus derechos y obligaciones

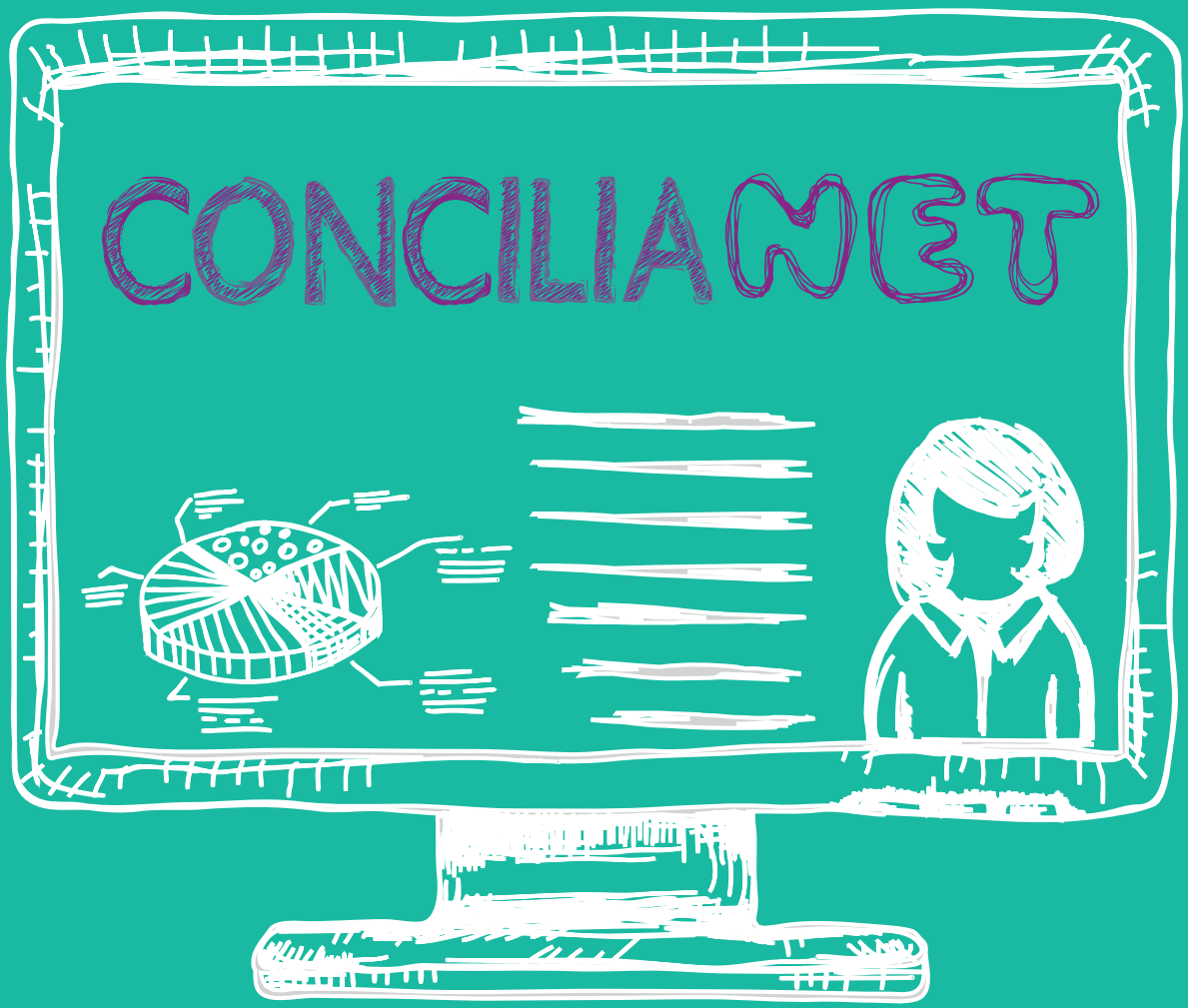
❑ COSTO DE LA MEMBRESÍA Y/O SUS MENSUALIDADES
❑ CUOTAS DE MANTENIMIENTO Y/O MEMBRESÍA
❑ CUOTAS VARIAS[5]
❑ DÓNDE Y CUÁNDO TIENES DERECHO A HOSPEDAJE
❑ CUÁNTAS PERSONAS PUEDES LLEVAR
❑ DURACIÓN DE LAS ESTANCIAS Y SI ESTA ES FIJA O VARIABLE
❑ PROCESO DE RESERVACIONES
❑ CON CUÁNTO TIEMPO DE ANTICIPACIÓN OBTENGO LO QUE DESEO
❑ OPCIONES DE DESTINOS Y SI ESTÁS CAMBIARÁN EN EL FUTURO

[1] Puedes checar su antigüedad, página web y reseñas de otros usuarios
[2] Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos
[3] Algunos de los beneficios que ofrece la membresía no dependen directamente de la empresa con la que firmas
[4] Son las encargadas de gestionar el que tu estancia sea en otras partes del mundo
[5] Por ejemplo, por reservación o por paquetes todo incluido

Fuentes:
Entrevista: Gonzalo Maqueda Cornejo, Presidente Ejecutivo de AMDETUR
Página web amdetur.org.mx/?q=node/78#sthash.rVO1wGV9.dpuf

Para saber más llama al **Teléfono del Consumidor 5568 8722** en el DF y Área Metropolitana o al **01800 468 8722**

Cero filas, cero espera, cero papel



concilianet.profeco.gob.mx

ESTA ES LA NUEVA **PROFECO**, LA DEFENSORA DEL CONSUMIDOR

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

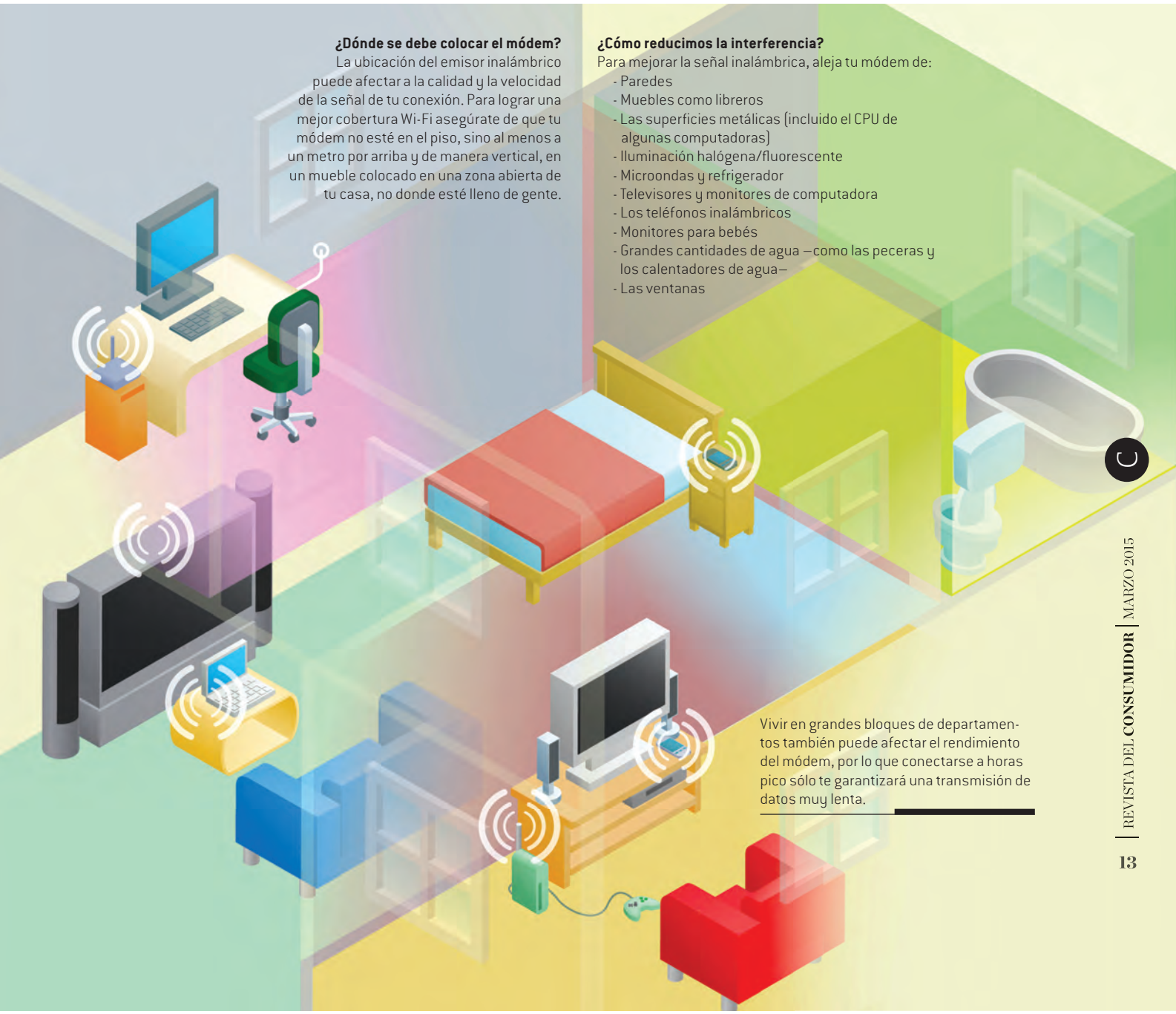
MOVER MÉXICO

Mejora la velocidad

DE TU **RED INALÁMBRICA** CASERA

POR **DR. SETTINGS**

Si después de esperar días y días por fin llegó el técnico de la empresa con la que contrataste tu servicio de internet, querrás tener la certeza de que tu conexión será a la mayor velocidad posible y que la señal bañe la mayor parte de tu casa, ¿cierto? Estas sencillas recomendaciones te ayudarán a conseguir este cometido:



¿Dónde se debe colocar el módem?
La ubicación del emisor inalámbrico puede afectar a la calidad y la velocidad de la señal de tu conexión. Para lograr una mejor cobertura Wi-Fi asegúrate de que tu módem no esté en el piso, sino al menos a un metro por arriba y de manera vertical, en un mueble colocado en una zona abierta de tu casa, no donde esté lleno de gente.

¿Cómo reducimos la interferencia?
Para mejorar la señal inalámbrica, aleja tu módem de:

- Paredes
- Muebles como libreros
- Las superficies metálicas (incluido el CPU de algunas computadoras)
- Iluminación halógena/fluorescente
- Microondas y refrigerador
- Televisores y monitores de computadora
- Los teléfonos inalámbricos
- Monitores para bebés
- Grandes cantidades de agua —como las peceras y los calentadores de agua—
- Las ventanas

Vivir en grandes bloques de departamentos también puede afectar el rendimiento del módem, por lo que conectarse a horas pico sólo te garantizará una transmisión de datos muy lenta.

Estés donde estés estamos contigo

profeco.gob.mx

ESTA ES LA NUEVA **PROFECO**, LA DEFENSORA DEL CONSUMIDOR

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

MOVER MÉXICO

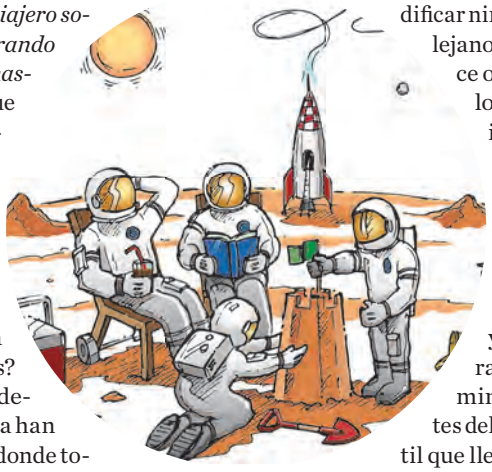
¿Quién quiere ser un turista?

No dejaremos de explorar y al final de nuestra búsqueda llegaremos a donde empezamos y conoceremos por primera vez el lugar

T.S. Eliot, *Cuatro cuartetos*

Recientemente dos compañías del ramo aeroespacial, **Virgin Galactic** del multimillonario **Richard Branson** y **KosmoKurs** del emprendedor ruso **Pavel Pushkin**, anunciaron sus planes para desarrollar durante la próxima década servicios de viajes al espacio para cualquiera que pueda desembolsar 250 mil dólares. Las agencias noticiosas no logran ponerse de acuerdo en cómo definir este nuevo fenómeno, si "viajes espaciales comerciales" o "turismo espacial" y creo que en el fondo no logran decidirse porque existe un abismo de diferencia entre un viajero espacial y un turista espacial. O entre un viajero y un turista, así a secas.

Siempre he visto a los turistas y a los viajeros como los grandes protagonistas de ***El camino no elegido***, el famoso poema de **Robert Frost** que comienza *"Dos caminos se bifurcaban en un bosque amarillo, / y apenado por no poder tomar los dos / siendo un viajero solo, largo tiempo estuve de pie / mirando uno de ellos tan lejos como pude, / hasta donde se perdía la espesura;"* y que termina con sus versos más conocidos: *"Dos caminos se bifurcaban en un bosque y yo, / Yo tomé el menos transitado, / y eso hizo toda la diferencia"*.



Ese camino que pocos transitan es el que los viajeros toman con una constancia que raya en la obsesión. ¿Para qué ser como otros? ¿Para qué estar donde están los demás? ¿Para qué vivir la vida que ya han vivido otros? ¿Para qué pasar por donde todo el mundo ha pasado, habiendo tanto nuevo por conocer? La diferencia entre viajeros y turistas hace un bonito símil para la vida. Parte de lo que lo hace repulsivo es que el turista no se involucra, no participa, no se compromete, no indaga. A duras penas consume lo que otros ponen frente a sus ojos o su boca. ¿Lo peor? Quien alimenta las necesidades de un turista no lo hace con un afán curatorial o para hacer que el turista termine su viaje siendo un mejor ser humano. Lo hace porque alguien le está pagando para llevar a dicho zombie a su local a comer la comida o comprar la artesanía que sale de manos sin alma.

Mientras esto pasa, el viajero se aventura con sabores exóticos y lugares fuera del mapa. Aquí hago un pequeño paréntesis para recomendarles un libro para niños que se llama ***Cómo ser un explorador del mundo. Museo de vida portátil*** de **Keri Smith** (Fondo de Cultura Económica, 2012). El libro es una compilación de ejercicios e ideas que sirven para detonar nuestro espíritu aventurero, nos lleva a asombrarnos del lugar que nos rodea, literalmente: las piedras que nos encontramos por los caminos que recorremos todos los días, inventando historias de objetos que están guardados en nuestros cajones u obligándonos a sólo enfocar nuestra atención en una parte de un objeto que hemos visto toda la vida. Altamente recomendable para niños y adultos por igual.

Regresando al tema, la diferencia entre un turista y un viajero es clara al final: un turista realmente no quiere salir de la comodidad de su casa. Sale porque lo obligan o porque alguien le ha dicho que hay que salir y visitar X o Y ciudad/museo/monumento. Pero lo que realmente sucede es que estaría más feliz en su rutina diaria, sin modificar ningún patrón y sin conocer nada más lejano que el supermercado que ya conoce o la fondita donde va a comer todos los días, en la hora que le dan en su inamovible trabajo.

Acaso eso sea justamente lo que tanto me inquieta de los viajes espaciales que les comentaba al inicio. El viaje al espacio conlleva (conllevaba) un espíritu esencialmente aventurero, de investigación y exploración. Creo que la aventura de pisar la Luna o realizar una caminata espacial comenzó mucho antes del despegue, con una obsesión infantil que llevó a que un grupo de personas estudiaran e hicieran una carrera enfocada absolutamente en lograr la conquista del espacio. Así pues, poner esta experiencia al alcance de cualquiera que pueda comprarla abarata no sólo la experiencia en general sino también el esfuerzo de las miles de personas que contribuyeron para que algo así fuera posible.

Recuerdo la última entrega de **Calvin y Hobbes**, esa tira cómica dibujada por **Bill Watterson** que incendió las mentes de la generación que crecimos a finales de los 80 y principios de los años 90. En él, Calvin, un niño hiperactivo que se hace acompañar a todos lados por un tigre de peluche que sólo él ve como un personaje viviente, hace una última invitación a los lectores justamente a salir a explorar después de una gran nevada.

Ya nos estamos tardando.

Salvador Leal es un viajero.

Salud y nutrición

Dúo dinámico

CEREAL + LEGUMINOSA

Autora: **Mtra Loredana Távano Colaizzi, NC.** *Académica-investigadora del Departamento de Salud de la Ibero*

La combinación de cereales y leguminosas ayuda a obtener alto nivel de proteínas de alta calidad

Los cereales conforman un grupo de alimentos que aporta principalmente energía a la dieta, ejemplo de ellos son el maíz –tortillas, masa–, el trigo –con el que se preparan pan y pastas–, arroz, avena y amaranto. Las leguminosas aportan a la dieta sobre todo proteínas; ejemplos comunes son el frijol –negro, bayo y soya–, la lenteja, garbanzo, alberjón o chícharo seco y haba. Es importante aclarar que el término correcto para referirse a esta familia de alimentos es "leguminosas", aunque en algunas otras partes del mundo se les denomina "legumbres".

La importancia central en esta combinación de alimentos radica en el aporte de proteínas de buena calidad para la dieta. Las proteínas son los nutrimentos más prestigiados en el imaginario popular, no obstante, vale la pena decir que son tan importantes en la dieta como los demás nutrimentos, que son los hidratos de carbono, grasas, vitaminas y minerales.

Como es ya bien sabido, la composición nutrimental, comúnmente llamada "valor nutritivo de los alimentos" se incrementa cuando los combinamos adecuadamente, ya sea en un platillo o en el menú de un día.

Sinergia pura

Las proteínas representan 20% del valor energético total de la dieta, estas al procesarse dan lugar a los aminoácidos, cuya función –entre otras– es proporcionar estructura a los tejidos del cuerpo. Pero no todos los aminoácidos tienen la misma capacidad para cumplir con esta función; esto depende lo que se conoce como "calidad proteínica", la cual se refiere a la capacidad de una proteína –en la dieta– de dar lugar a una proteína corporal, lo cual se puede evaluar por medio de una calificación química. La proteína de mejor calidad –usada como patrón de referencia para calificar a otras– es la de huevo, por lo que su calificación es de 100. Como podrás ver en la tabla de la siguiente página, la calificación de las proteínas de los cereales fluctúa entre 49 y 77, mientras que la de las leguminosas entre 44 y 74. Estos valores se incrementan de forma importante cuando se combina un cereal con una leguminosa; en ese caso se puede alcanzar una calidad proteínica de 90.

Salud a bajo costo

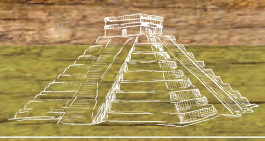
Estas combinaciones que aseguran un aporte adecuado de proteínas de buena calidad, cobran especial relevancia para conformar dietas de bajo costo en las que el consumo de productos de origen animal no es frecuente. También han sido imprescindibles para personas que siguen dietas vegetarianas. La alimentación basada en productos de origen vegetal –cereal más leguminosa– tiene la ventaja de que es baja en contenido de grasas, sobre todo del tipo saturadas y colesterol, que son nutrimentos que comúnmente se encuentran en los alimentos de origen animal. Hay que cuidar el consumo de ambos tipos de grasas, ya que se han asociado al riesgo de sobrepeso, obesidad y enfermedades cardiovasculares.

Es muy importante recordar que la dieta –definida como la alimentación de todos los días– debe incluir a todos los grupos de alimentos de manera equilibrada. Una herramienta útil para evaluar la calidad de nuestra dieta es El Plato del Bien Comer, una guía fácil y útil en la conformación de una dieta correcta; su funcionamiento se basa en la sustitución –alimentos intercambiables dentro del mismo grupo– y la complementariedad –combinaciones de alimentos para conformar platillos más nutritivos.

COMBINACIONES A PRUEBA

Origen de la proteína	Calificación química %
Cereales:	
Maíz	*49*
Arroz	*77*
Trigo	*52*
Leguminosas:	
Frijol	*55*
Soya	*74*
Garbanzo	*63*
Haba	*44*
Lenteja	*49*
Combinación cereal/leguminosa:	
Maíz-frijol	*80*
Arroz-frijol	*91*
Trigo-garbanzo	*89*
Trigo-lenteja	*86*
Arroz-haba	*90*

Los cimientos de la civilización



Dado el potencial de estas dos familias de alimentos, no debe extrañar que distintas culturas ancestrales las combinaran para obtener una nutrición eficaz:

- Arroz con soya en las culturas del este de Asia
- Trigo con el garbanzo o la lenteja para Asia Occidental y Europa
- Maíz con frijol para las culturas mesoamericanas

INFINITAS COMBINACIONES

*Para que conozcas cómo puedes usar a tu favor el **Plato del Bien Comer**, a continuación te lo presentamos:*

Algunas ideas:

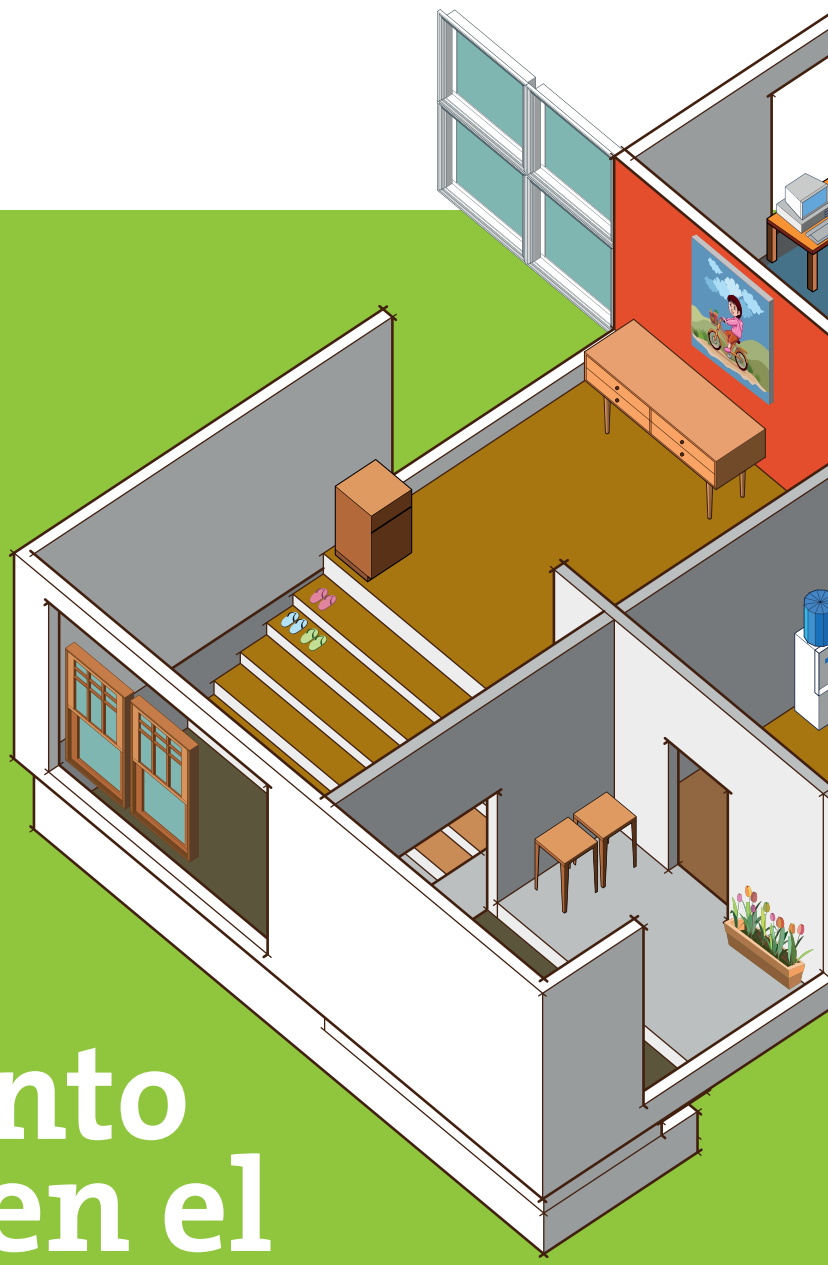
- Enfrijoladas
- Molletes
- Arroz con frijoles
- Sopa de pasta con lentejas o garbanzos
- Hummus —garbanzo molido con ajonjolí— con pan árabe
- Empanadas de garbanzo
- Tlacoyos o gorditas de frijol o haba

Aunque el tamaño de las porciones requeridas para obtener el contenido proteínico de calidad requerido depende de cada cereal y cada leguminosa, en general puedes incluir tres raciones de cereales por una de leguminosas.

Tips

- Recuerda que si consumes una sopa de lenteja e incluyes en el menú tacos –por ejemplo de nopal– ya estás combinando un cereal con una leguminosa
- Si comes sopa de haba y una empanada de espinaca o sopa de pasta con ensalada de lentejas, estás combinando en el mismo menú cereales y leguminosas
- Consume en la mayor medida posible los cereales integrales, de este modo incrementarás la cantidad de fibra en la dieta
- Cocina las leguminosas después de haberlas remojado —tira esa agua una horas antes—; esto ayudará a disminuir el tiempo de cocción y a aumentar la disponibilidad del hierro.

Lecturas complementarias:
Bourges, H. Las leguminosas en la alimentación humana (2a parte). Cuadernos de nutrición 1987; 10(2):17-32.
Bourges H. Nutrición y vida. México: Conaculta/Tercer Milenio; 2005.



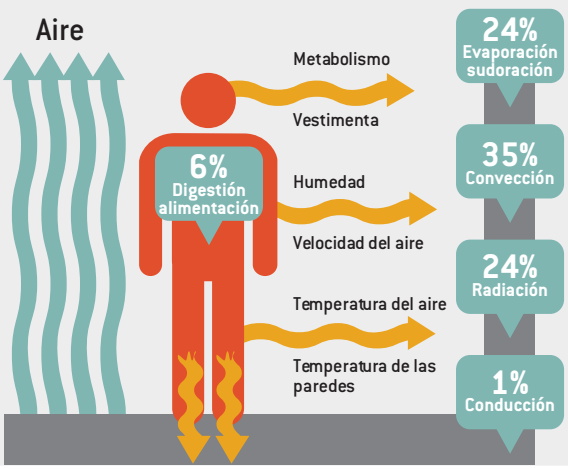
"El hombre primitivo pronto descubrió que las pieles de los animales podían contribuir a su protección frente al frío, que ponerse al sol suponía un aumento de su bienestar y que las cuevas, con su temperatura constante, resultaban un buen refugio para guardarse"

Guía del estándar Passivhaus

Ciencia para vivir mejor

Aislamiento y confort en el hogar

Por **César Heredia Martínez**

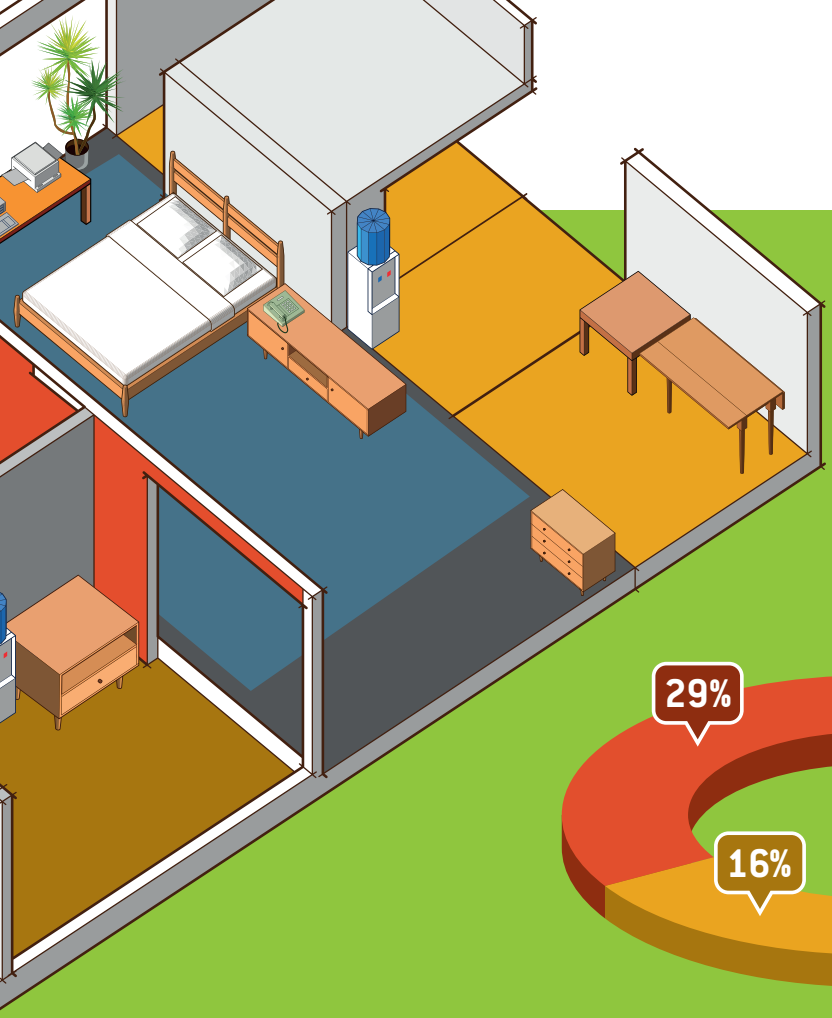


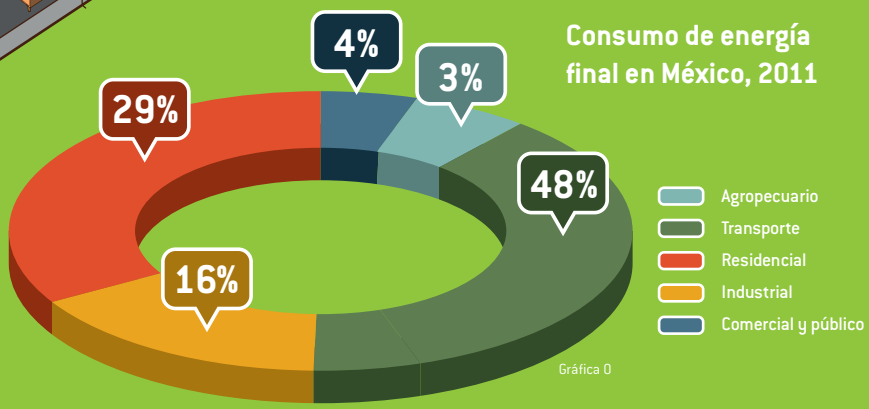
Gráfica 1

¿Qué aspectos se pueden considerar en el diseño de una vivienda para mejorar el confort térmico de una forma amigable con el medio ambiente?

Confort es aquello que produce bienestar y comodidades, y que en arquitectura se traduce como la sensación proporcionada por el ambiente habitado. Un espacio confortable es un espacio seguro y saludable que ofrece una sensación de temperatura agradable que satisface a los usuarios por las condiciones climáticas, de humedad ambiental y la calidad del aire.

El confort térmico depende del calor producido por el cuerpo y sus intercambios con el medio ambiente. A su vez, podríamos decir que existe confort térmico cuando las personas no sienten calor ni frío (gráfica 1). Es común que se resuelva el confort térmico en la vivienda incorporando sistemas de climatización, que en su operación consumen energía y, por ende, contaminan al medio ambiente. Una solución temporal.





Gráfica 0

Más de 70% de la población de México vive en una ciudad y pertenece a uno de los llamados "países emergentes", que están orientados a convertirse en industrializados. La demanda de estándares más altos de habitabilidad y confort viene de la mano de este proceso.

Se calcula que para el año 2050 nuestro país tendrá 160 millones de habitantes y 50 millones de hogares distribuidos en su territorio. Para satisfacer la demanda de hogares deberán construirse alrededor de 11 millones de viviendas antes de 2030 —650 mil por año—, y 9 millones requieren renovación parcial.[1]

El impacto ambiental que genera la edificación es muy alto, tanto en el proceso de producción de los materiales como en la construcción y posteriormente en la operación y mantenimiento de la vivienda (gráfica 0).

El crecimiento previsto en la población y en la vivienda, así como la demanda de estándares de confort más altos, generan un aumento en el consumo energético en el sector. Con el fin de obtener un confort térmico se usa generalmentela climatización artificial, tanto en zonas cálidas como frías.

Las zonas climáticas se organizan por temperatura, niveles de aridez y tipo de vegetación y se clasifican en grupos. En el territorio nacional se encuentran climas cálidos, climas secos y templados húmedos.

[1] Fundación IDEA

Satisfacer las necesidades y el confort del habitante, minimizar el consumo energético y mitigar el impacto al medio ambiente son cuestiones que corresponden resolver a arquitectos e ingenieros en las etapas de planeación, diseño y construcción.

A continuación se describen técnicas que se deberían considerar en la etapa de gestación del proyecto, para mejorar el confort térmico de la vivienda de manera amigable con el medio ambiente. Se clasifican generalmente en dos tipos de soluciones: el primer tipo comprende opciones "pasivas" a las partes del diseño de la vivienda que actúan por sí mismas, sin necesidad de consumo energético, o con mínimas intervenciones del usuario. El segundo tipo se refiere a las "activas" o "tecnológicas", aquellas que utilizan tecnologías modernas y eficientes para el ahorro de consumo de energía y recursos. **Las Hipotecas Verdes** de **Infonavit** y otras instituciones de crédito para la vivienda de interés social ya consideran las denominadas "ecotécnias" en sus productos.

Soluciones activas

Colectores solares, paneles fotovoltaicos, enfriamiento y refrigeración solar, calentamiento de aire, generación propia de electricidad y fuerza motriz

Soluciones pasivas

Orientación adecuada de la vivienda, técnicas de refrescamiento, diseño consciente de la envolvente —ver siguiente página—, diseño de dispositivos de control solar, aprovechamiento de las cualidades biológicas, químicas y físicas de los materiales

Arquitectura bioclimatica

Tanto en la obra nueva como en remodelaciones es deseable que en la etapa de planificación y diseño de la vivienda se integren principalmente soluciones pasivas, y que las activas sean un complemento.
La arquitectura bioclimática toma las condiciones naturales del entorno y el confort del ser humano como punto de partida para diseñar los espacios. El diseño bioclimático es el ámbito que se enfoca en integrar la interacción de los elementos del clima con la construcción, a fin de que sea esta misma la que regule los intercambios de materia y energía con el ambiente y determine la sensación de confort térmico en interiores.[2]
Las recomendaciones bioclimáticas generales aplicables al proyecto arquitectónico y útiles para mejorar el confort de un espacio habitable se pueden clasificar en:[3]

Ventilación: favorecer la ventilación unilateral y cruzada, tanto de los espacios como de los materiales, o proteger de vientos poco favorables

Control solar: determinar cuál es la correcta ganancia solar o el mejor sombreo con soluciones arquitectónicas como remetimientos, salientes en fachada, patios interiores, aleros, pórticos, balcones, vestíbulos, tragaluces, parteluces

Materiales y sistemas constructivos: conocer y aprovechar las cualidades biológicas, químicas y físicas de los materiales que se utilizarán en techumbres, muros exteriores, entrepiso y piso exterior e interior, así como el color y texturas de los acabados

Localización, emplazamiento y orientación: es relevante considerar las características geográficas y zona climática del terreno para optimizar la orientación del proyecto y localización de las actividades.

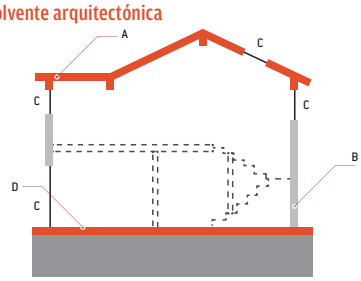
Aberturas: ubicación de ventanas o tragaluces según dimensión y ubicación para favorecer aspectos de confort térmico y potencializar la experiencia del espacio, aprovechando vistas atractivas

[2] Morillón, David, Arquitectura bioclimática, http://perusolar.org/16-spes-cursosytalleres/AB_CAP4_diseno_bioclimatico_davidmorillon.pdf
[3] Basado en CONAFOVI, Guía para el uso eficiente de la energía en la vivienda. Primera edición, 2006, México.

Envolvente y aislamiento

La envolvente es la capa externa de la vivienda que vincula los espacios interiores con el exterior.

Envolvente arquitectónica



Una envolvente arquitectónica está integrada por:
A. Cubiertas, techos, losas, volados.
B. Muros y piel de edificio
C. Aberturas, puertas y ventanas
D. Superficie de contacto con el terreno: pisos

Conviene analizar las propiedades de aislamiento de los materiales y el sistema constructivo de la envolvente de la vivienda para determinar el desempeño del confort térmico y/o la eficiencia energética del edificio.

Una envolvente que funcione eficazmente parte de la base de un buen aislamiento. En la imagen comparamos dos cafeteras que cumplen la misma función, la diferencia relevante entre la cafetera de cristal y la negra es que la última almacena el café en un termo. Por lo general un termo contiene, entre sus capas de material, una capa de aire o vacío que sirve como aislante. El café es almacenado en el termo y así conserva su calor por mucho más tiempo que la cafetera de cristal, que consume energía eléctrica para mantener el calor.
El aislante establece una barrera al paso del calor entre dos medios, impidiendo que entre o salga el calor tal y como sucede en una vivienda con aislamiento térmico o en las paredes de

un refrigerador. Un aislante térmico es un material usado en la construcción que se caracteriza por su alta resistencia térmica. La resistencia térmica de un material representa la capacidad de estel de oponerse al flujo del calor.
Los materiales de uso frecuente en la construcción, cristal, acero y concreto son buenos conductores de calor, es decir, dejan pasar fácilmente la temperatura, por lo que no aíslan. Es recomendable construir la envolvente con un material que tenga una baja conductividad térmica, que mantenga la temperatura de la vivienda y se defina como un mal conductor de calor. Los materiales como el acero o concreto cumplen una función estructural. La **NOM-020-ENER-2011** determina los lineamientos para las envolventes de edificios habitacionales: "Una buena envolvente y el aprovechamiento de las condiciones del entorno son principios básicos para diseñar una vivienda confortable y amigable con el medio ambiente".

Directorio de delegaciones

OFICINAS CENTRALES

Av. José Vasconcelos 208, colonia Condesa,
delegación Cuauhtémoc, México DF.

Centro de Documentación Profeco (Cedoc)

Consulta o compra la **Revista del Consumidor**, adquiere los libros publicados por **Profeco** y accede a una biblioteca especializada en consumo. Lunes a viernes de 9 a 18 horas.

DELEGACIONES PROFECO AGUASCALIENTES

Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. (01 449) 915 9460 y 915 1082

BAJA CALIFORNIA

Guadalupe Victoria #9440, edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zina del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. (01 664) 684 8795
Subdelegación: Palacio Federal Mexicali, Manzana 11, Lote 76 de Calzada Independencia y Av. De los Pioneros #1005, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084 y 557 3085

BAJA CALIFORNIA SUR

Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. (01 612) 125 3887

CAMPECHE

Av. 16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche. Tel. (01 981) 811 0672, 816 6002

CHIAPAS

Blvd. Serra Rojas #1090, edificio anexo de la Torre Chiapas, Sección A, Nivel 1, Col. Paso Limón, CP 29095, Tuxtla Gutiérrez. Tel. (01 961) 602 5943
Subdelegación: 8.ª Avenida Sur #46, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdova y Ordóñez. Tel. 626 7501

CHIHUAHUA

Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua. Tel. (01 614) 437 0770
Subdelegación: Benjamín Franklin #3220, centro comercial Plaza de Las Américas, loc. 7-A, col. Anillo Envolvente del Pronaf, CP 32315, Cd. Juárez. Tel. (01 656) 613 5093, 613 5089 y 613 5087

COAHUILA

Blvd. Venustiano Carranza #2879, col. La Salle, CP 25240, Saltillo. Tel. 416 5445, 415 9556 y 416 7544
Subdelegación: Av. Matamoros #1285 Poniente, col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406 y 716 9674

COLIMA

José Antonio Torres, esq. Av. Rey Colimán #402, col. Centro, CP 28000, Colima. Tel. 314 6949, 312 7991 y 92
Subdelegación: Balvino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo. Tel. 332 9180 y 332 9107

DISTRITO FEDERAL

Centro (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4º y 5º piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. (01 55) 5578 1771
Oriente (Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18, 1er piso, col. Granjas México, del. Iztacalco, CP 08400. Tel. (01 55) 2636 0311
Poniente (Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5273 9745, 5272 9847 y 5272 7511
Sur (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Blvd. Adolfo Ruiz Cortines #5323, col. Isidro Fabela, del. Tlalpan, CP 14030. Tel. 5528 2293, 5528 4771, 5528 7419, 5528 7829 y 5528 8435

DURANGO

Zaragoza #110 Sur, col. Centro, CP 34000, Durango. Tel. 825 3322 y 27

ESTADO DE MÉXICO

Naucalpan: Av. 3 #47, entre Av. De las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6375 y 5576 6028
Nezahualcóyotl: Calle La Cucaracha #293, esq. Dr. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746, 5112 2741 y 5743 7866
Tlalnepantla: Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539, 5390 8309 y 5390 9784
Toluca: Calle Santos Degollado Oriente #103, col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070 al 72, 215 5198 y 213 6372
Ecatepec: Av. Hank González #50, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

GUANAJUATO

Calle 5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León. Tel. 716 6044, 716 5682 y 716 6808
Subdelegación: Av. Guerrero #1385, esq. Francisco Sarabia, col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414 y 15

GUERRERO

Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco. Tel. 483 1558, 483 5885 y 483 9363
Subdelegación: Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala. Tel. 332 7450 y 51

HIDALGO

Av. Cuauhtémoc #700 esq. Pasaje a la Iglesia La Villita, col. Revolución, CP 42060, Pachuca. Tel. 714 0636, 714 0690 y 714 3419

JALISCO

Calle Marsella #49 (entre calle Pedro Moreno y Morelos), 2.º piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383, 3615 7393 y 3616 7667

MICHOACÁN

Blvd. García de León #1908, col. 5 de Diciembre, CP 58280, Morelia. Tel. 315 6150, 315 6307 y 315 6255

MORELOS

Av. Morelos No. 277, Col. Centro, CP 62000, Cuernavaca. Tel. 314 5918 al 22 y 314 5877

NAYARIT

Av. México Sur #142, col. Centro, CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457, 210 2525 y 213 6541

NUEVO LEÓN

Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849 y 8347 8222

OAXACA

Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca de Juárez. Tel. 513 4141, 513 4555 y 515 1478

PUEBLA

Calle 19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Puebla. Tel. 232 6700, 246 1522 y 246 5861

QUERÉTARO

Constituyentes Oriente #102, planta baja y local 13, col. Quintas del Márquez, CP 76047, Querétaro. Tel. 223 5722, 223 5723 y 223 6263

QUINTANA ROO

Av. Coba lotes 9 y 11, planta alta, manzana 8, supermanzana 22, col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634, 887 2877 y 884 2701
Subdelegación: Av. Juárez por 45 Sur, local 8 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261 y 879 4484

SAN LUIS POTOSÍ

Librado Rivera 215 y 225, col. Del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500 al 03

SINALOA

Blvd. Francisco I. Madero #744 Poniente, col. Centro, CP 80000, Culiacán. Tel. 712 5848, 713 0742 y 716 0906

SONORA

Oaxaca #150, col. Centro, esq. con Escobedo, Edificio San Enrique CP 83000, Hermosillo. Tel. 214 9393 y 213 8618
Subdelegación: Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón. Tel. (01 644) 415 2588

TABASCO

Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa. Tel. 312 3795, 314 1575, 314 3122 y 314 5699

TAMAULIPAS

Juan B. Tijerina #925, esq. Nicolás Bravo, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471, 316 1357 y 312 2296
Subdelegación: Blvd. Morelos #475-A, altos, col. Andaluzas, CP 88630, Reynosa. Tel. 922 7769, 922 7770 y 922 5460
Subdelegación: Av. Hidalgo #5004, 1.er piso, local 1 y 3, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico. Tel. 213 2432, 213 4764 y 213 7050

TLAXCALA

Calle 33 #203, col. Loma Xicoténcatl, CP 90070, Tlaxcala. Tel. 462 7835, 462 2022 y 462 9990

VERACRUZ

Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. con Calle Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz. Tel. 100 3891, 94 y 97
Subdelegación: Calle Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382, 817 3796 y 817 3359

YUCATÁN

Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966, 923 6320 y 924 2466

ZACATECAS

Calle Fernando Villalpando #214, col. Centro Histórico, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460, 922 0611 y 922 8561

ANTICONCEPTIVOS

La decisión de tener o no hijos y cuándo embarazarse constituye uno de los asuntos más íntimos y personales que debes afrontar; mientras más información tengas respecto a los métodos anticonceptivos a tu alcance, mayor será tu capacidad de disfrutar de una vida sexual segura y responsable

Te informas, decides y amas

La planificación familiar y la anticoncepción son la base fundamental de la salud reproductiva, pues no sólo te permiten decidir sobre tu cuerpo y tu situación familiar futura para que puedas darte tiempo de desarrollarte a nivel personal y laboral, sino que también previenen la mortalidad materna –al evitar embarazos no planeados y de alto riesgo–, disminuyen la necesidad de efectuar abortos, favorecen la sobrevivencia de los recién nacidos –como resultado de la ampliación del espaciamiento entre nacimientos– y contribuyen a la sostenibilidad ambiental, al reducir la presión que ejerce la población sobre los recursos naturales.

Para planificar y decidir cuándo y cuántos hijos quieres tener –o nunca tenerlos–, debes elegir alguno de los diferentes métodos prescritos por médicos especialistas, dirigidos en su mayoría a las mujeres. A continuación te presentamos los diferentes métodos anticonceptivos disponibles, así como su funcionamiento y costo. También te orientaremos sobre lo que debes hacer para decidir cuál es el más apropiado para ti.

TU DERECHO

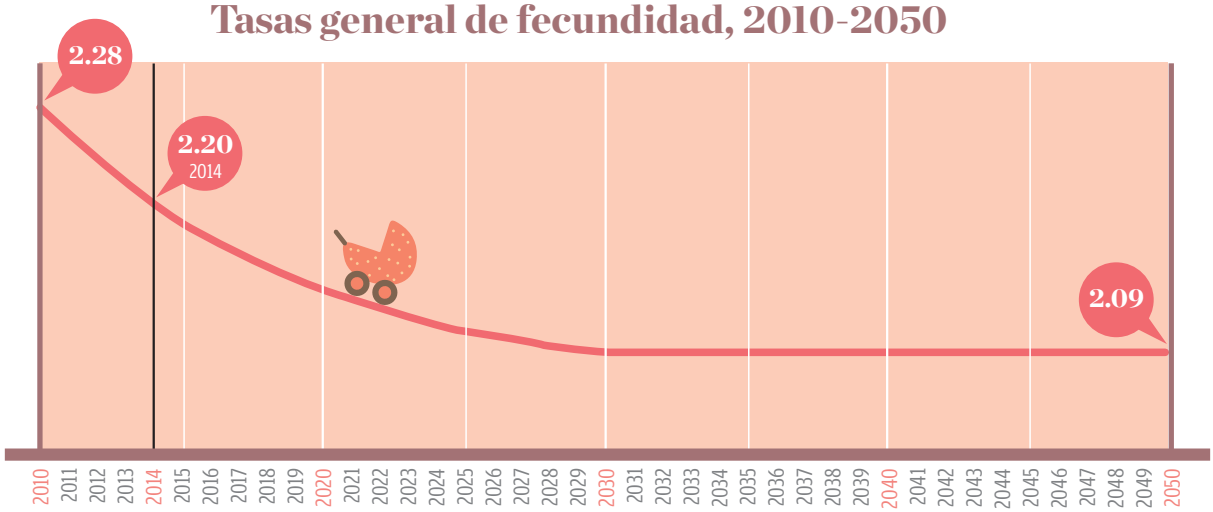
La salud reproductiva es reconocida como un derecho en la mayoría de los países del mundo, y se define –de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS)– como "la condición de bienestar físico, mental y social vinculada al sistema reproductivo". En México actualmente se cosidera un derecho humano que implica la facultad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria, segura, libre e informada, de decidir procrear o no, así como la libertad para planificar cuándo y con qué frecuencia .

Durante la década de los sesenta, México alcanzó su nivel más alto de crecimiento poblacional (3.5% anual), que de haberse mantenido, actualmente seríamos más de 180 millones.

En las últimas cuatro décadas, el promedio de hijos por mujer ha disminuido de 6.8 en 1970 a 2.3 en 2010 y seguirá descendiendo.

[1]Programa de Acción Específico. Planificación Familiar y Anticoncepción 2013-2018

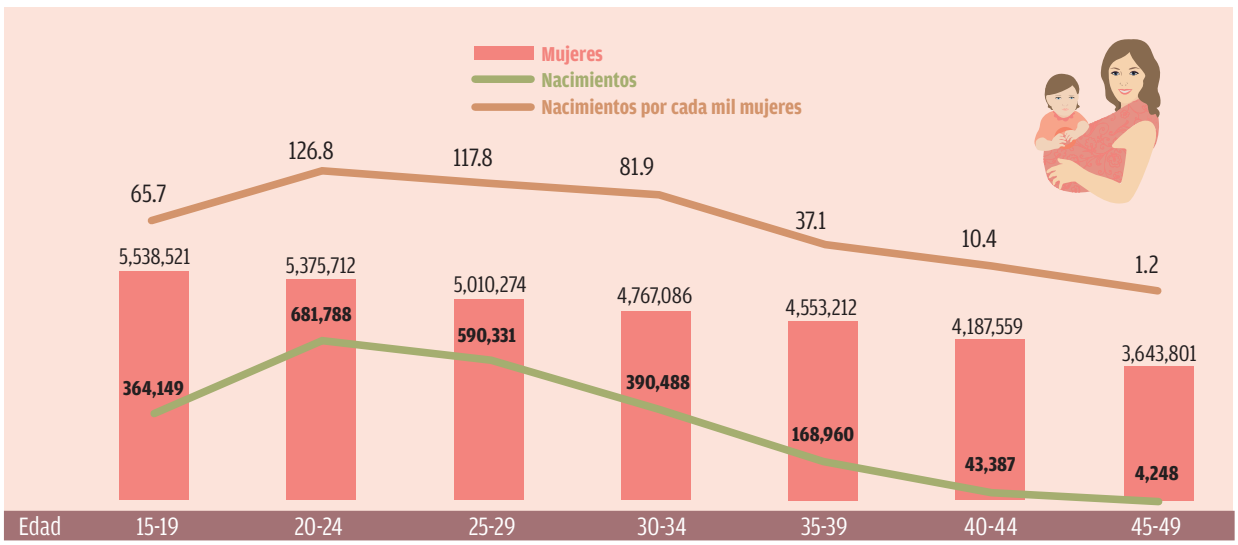
Tasas general de fecundidad, 2010-2050



Fuente: Elaboración propia con datos de Conapo. Proyecciones de la población, 2010-2050

A mitad de 2014 el porcentaje de mujeres en edad fértil (de 15-49 años) fue de 54% respecto al total de la población femenina. Las prácticas reproductivas y anticonceptivas varían de una edad a otra, por lo que requieren diferente atención.

Mujeres en edad fértil y nacimientos por grupos de edad, 2014



Fuente: Elaboración propia con datos de Conapo. Proyecciones de la población, 2010-2050. Población femenina a mitad del año indicado

LOS RESULTADOS JUSTIFICAN EL MÉTODO

El mejor método para antes o durante las relaciones sexuales será aquél con el que te sientas cómoda y se adapte a tu estilo de vida y a tu condición de salud. A continuación te describimos los métodos anticonceptivos modernos y tradicionales:

Métodos anticonceptivos modernos

Método	Descripción	Cómo funciona		Observaciones
Temporales				
Anticonceptivos orales en combinación ("pastilla" o "píldora")	Contienen dos hormonas (estrógeno y progestágeno)	Evita la liberación de óvulos por los ovarios (ovulación)	**99%** si se usa de manera correcta y sostenida **92%** como se usa comúnmente	Disminuyen el riesgo de cáncer endometrial y ovárico; no deben tomarse mientras se amamanta.
Pastillas de progestágeno sólo "minipastilla" o "minipíldora"	Contiene únicamente progesterona (sin estrógeno)	Hace más espeso el moco del conducto del cuello uterino, lo que impide que los espermatozoides y el óvulo se junten y previene la ovulación	**99%** si se usa de manera correcta y sostenida Entre **90% y 97%** como se usa comúnmente	Puede usarse mientras se amamanta; debe tomarse todos los días a la misma hora.
Implantes	Cilindros o cápsulas pequeños y flexibles que se colocan debajo de la piel del brazo; contienen únicamente progestágeno	El mismo mecanismo de las pastillas de progestágeno	Más de **99%**	Debe ser insertado y extraído por personal sanitario; se puede usar por un lapso de tres a cinco años, según el tipo; las hemorragias vaginales irregulares son comunes pero no dañinas.
Progestágeno en forma inyectable	Se inyecta por vía intramuscular cada dos o tres meses, según el producto	El mismo mecanismo de las pastillas de progestágeno solo	**99%** si se usa de manera correcta y sostenida **97%** como se usa comúnmente	Al cesar el uso, la fecundidad tarda en reaparecer (entre uno y cuatro meses); las hemorragias vaginales irregulares son comunes pero no dañinas.
Inyectables mensuales o anticonceptivos inyectables en combinación	Se inyectan cada mes por vía intramuscular; contienen estrógeno y progestágeno	El mismo mecanismo de los anticonceptivos orales en combinación	**99%** si se usan de manera correcta y sostenida **97%** como se usan comúnmente	Las hemorragias vaginales irregulares son comunes pero no dañinas
Dispositivo intrauterino (DIU) de cobre	Dispositivo plástico flexible y pequeño que contiene un asa o cubierta de cobre y se inserta en el útero	El cobre daña los espermatozoides e impide que se junten con el óvulo	Más de **99%**	Disminuye la frecuencia de cólico menstrual y los síntomas de endometriosis; amenorrea —ausencia de hemorragia menstrual— en un grupo de usuarias
Dispositivo intrauterino (DIU) de levonorgestrel	Dispositivo plástico en forma de T que se inserta en el útero y libera diariamente pequeñas cantidades de levonorgestrel	Suprime el crecimiento del revestimiento de la cavidad uterina (endometrio)	Más de **99%**	Disminuye los cólicos menstruales y los síntomas de la endometriosis; amenorrea (ausencia de hemorragia vaginal) en 20% de las usuarias
Condón masculino	Vaina o cubierta que envuelve el pene erecto	Forma una barrera que impide el encuentro de los espermatozoides con el óvulo.	**98%** si se usa de manera correcta y sostenida **85%** como se usa comúnmente	También protege de las infecciones de transmisión sexual, en particular la causada por el VIH
Condón femenino	Vaina o forro que se adapta holgadamente a la vagina; está hecho de un material plástico transparente, fino y suave	Forma una barrera que impide que los espermatozoides y el óvulo se junten	**90%** si se usa de manera correcta y sostenida	También protege de las infecciones de transmisión sexual, en particular la causada por el VIH
Método de la amenorrea del amamantamiento	Método de anticoncepción temporal para las mujeres recién paridas que no han vuelto a menstruar; exige el amamantamiento exclusivo, día y noche, de una criatura menor de seis meses	Impide que los ovarios liberen óvulos (ovulación)	**99%** si se aplica de manera correcta y sostenida **98%** como se practica comúnmente	Es un método temporal de planificación familiar basado en el efecto natural del amamantamiento sobre la fecundidad
Anticoncepción de urgencia (levonorgestrel, 1.5 mg)	Son pastillas de progestágeno que se toman para prevenir el embarazo hasta cinco días después de una relación sexual sin protección	Evita la ovulación	Reduce en un **60%** a un **90%** el riesgo de embarazo	No altera el embarazo si este ya se ha producido
Permanentes				
Esterilización masculina (vasectomía)	Anticoncepción permanente por la cual se bloquean o cortan los tubos (conductos deferentes) que transportan los espermatozoides desde los testículos	Impide que haya espermatozoides en el semen eyaculado	**99%** después de la evaluación del semen a los 3 meses Entre **97%** y **98%** si no se evalúa el semen	Tarda en actuar unos tres meses debido a que quedan espermatozoides almacenados; no afecta el funcionamiento sexual del hombre; es fundamental que sea una elección voluntaria y con conocimiento de causa
Esterilización femenina (ligadura de las trompas; salpingectomía)	Anticoncepción permanente por la cual se bloquean o cortan las trompas de Falopio	Los óvulos no pueden juntarse con los espermatozoides	Más de **99%**	Es fundamental que sea una elección voluntaria y con conocimiento de causa

Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS)

¿Sabías que **la píldora anticonceptiva se produjo en México** el 15 de octubre de 1951?

La investigación fue financiada y desarrollada por un laboratorio fundado en nuestro país y uno de los principales compuestos se extrajo de una planta endémica, el barbasco.[2]

2 Miramontes Vidal, Octavio (s.f.) "La píldora anticonceptiva, la UNAM y la mayor contribución de la ciencia mexicana de todos los tiempos" http://scifunam.fisica.unam.mx/mir/mayor_contribucion.html

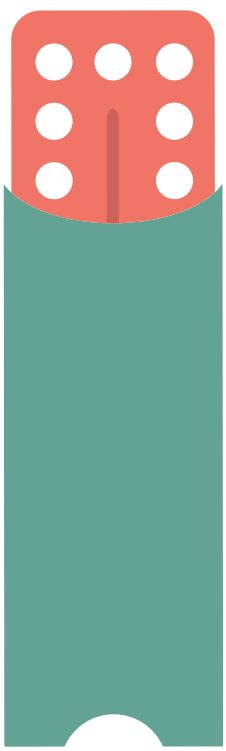
Métodos anticonceptivos tradicionales

Método	Descripción	Cómo funciona	Eficacia para prevenir el embarazo	Observaciones
Método de la retirada (coito interrumpido)	El hombre retira el pene de la vagina y eyacula fuera de esta, con lo que el semen no tiene contacto con los genitales externos de la mujer	Evita que los espermatozoides penetren en la vagina, lo que impide la fecundación	**96%** si se aplica de manera correcta y sostenida. **73%** de la manera como se utiliza comúnmente.	Es uno de los métodos menos eficaces porque a menudo resulta difícil determinar el momento preciso de la retirada
Métodos que requieren el conocimiento de la fecundidad (planificación natural de la familia o abstinencia periódica)	Métodos de calendario: se vigilan los días fecundos en el ciclo menstrual; métodos que se basan en síntomas: se vigilan el moco del cuello uterino y la temperatura corporal	La pareja evita el embarazo evitando tener coito sin protección durante los días fecundos, por lo general mediante la abstinencia o empleando condones	Entre **95** y **97%** cuando se usa de manera correcta y regular; **75%** de la manera como se utiliza comúnmente.	Puede servir para reconocer los días fecundos por las mujeres que quieren embarazarse y las que desean evitar el embarazo. El uso correcto y regular exige la cooperación del varón.

Fuent l de la Salud (OMS)

De acuerdo con la dra. Josefina Lira Plascencia, la asesoría médica, preferentemente de un ginecólogo, es crucial al momento de elegir un método, pues él o ella considerarán tu edad, historia médica, frecuencia de relaciones sexuales, si fumas o tienes alguna enfermedad como diabetes, hipertensión, problemas circulatorios, hepatitis, etcétera; así como otras otros factores como tu situación económica, creencias religiosas, experiencias anteriores con otros métodos anticonceptivos, si deseas o no embarazarte en un futuro, los bebés que hayas tenido y/o pienses tener y el tiempo que deseas entre cada embarazo.

Casi todos los métodos anticonceptivos, con excepción del preservativo masculino y la vasectomía, están dirigidos a la mujer, sobre quien recae con más fuerza el compromiso de tener que elegir y enfrentar las consecuencias de un embarazo no deseado.



Métodos anticonceptivos más utilizados por mujeres en la última relación sexual, por cada grupo de edad

Método anticonceptivo usado	15-19 años	20-29 años	30-34 años	35-49 años
	%	%	%	%
Condón	47.8	33.8	22.3	14.7
Locales o de barrera [1]	0	0	0.2	0.1
Naturales o tradicionales [2]	1.1	2	2.2	2
Hormonales [3]	6.1	8.9	5.4	3.9
Implante	0.9	1.7	0.7	0.2
PAE [4]	4.3	2.1	1.3	0.6
DIU	7.4	9.2	9.1	4.9
AC Quirúrgica [5]	0.2	5.1	14.1	22.1
Otro	0.2	0.5	0.5	0.8
Nada	36.7	41.9	47.9	53.2

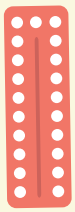
FUENTE: Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ensanut, 2012
[1] Incluye óvulos, jaleas, espuma o diafragma [a] Tamaño de muestra insuficiente para realizar la estimación.
[2] Incluye ritmo, calendario, abstinencia periódica, termómetro, billings, retiro o coito interrumpido.
[3] Incluye pastillas o píldoras, inyecciones.
[4] Pastilla de anticoncepción de emergencia
[5] AC Quirúrgica: Vasectomía y Oclusión Tubaria Bilateral (OTB)

Algunos mitos sobre el uso de métodos anticonceptivos

La falta de conocimiento acerca del funcionamiento del cuerpo, la carga moral, religiosa y los prejuicios sexuales han dado pie a diversos mitos:

M Mito
R Realidad

Anticonceptivos hormonales



M El inyectable produce infertilidad
R En algunas mujeres puede tomar un tiempo restablecer su fecundidad, pero en la mayoría esta retorna rápidamente

M Las píldoras afectan los nervios de las mujeres
R Aunque las hormonas pueden alterar el estado emocional, no son determinantes en los cambios de estado de ánimo

M Los métodos anticonceptivos que contienen hormonas producen cáncer
R Está comprobado que no es así, de hecho, los anticonceptivos hormonales previenen ciertos tipos de cáncer, como el de endometrio

M El implante puede producir cáncer de mama
R No hay ninguna evidencia científica, aunque se recomienda cuidado en el uso de anticonceptivos hormonales cuando hay una carga genética importante de cáncer de mama —madre o hermanas—

M La píldora de emergencia es abortiva
R Está científicamente comprobado que no lo es

M La píldora hace menos atractiva a la mujer, la engorda y le produce acné
R Al contrario, muchos anticonceptivos hormonales tienen un efecto beneficioso en afecciones de la piel

Dispositivos intrauterinos

M El DIU produce cáncer de cuello uterino
R No existe evidencia, son otros los factores desencadenantes del cáncer de cuello uterino

M El DIU es abortivo
R No existe evidencia

M El DIU se puede mover y llegar a otros órganos, como el estómago
R El útero no establece este tipo de comunicación con los órganos mencionados

Preservativos

M El condón se puede utilizar varias veces
R En el caso del condón masculino no se recomienda de ninguna manera. Y aunque en algunos lugares el condón femenino es reutilizable, no se recomienda esta forma de uso.

M El condón disminuye el placer en el hombre
R En hombres y mujeres que se han acostumbrado al uso del condón, no afecta el placer

M Si el pene es muy grande o grueso, rompe el condón
R Los condones se adaptan al tamaño del pene, gracias a la textura del látex

Ligadura de trompas

M Las mujeres con ligadura de trompas tienen menopausia prematura
R No existe evidencia, hay otros factores que pueden determinar la menopausia prematura

M La ligadura hace que la mujer engorde
R No existe evidencia, son otros los factores que determinan este cambio.

Vasectomía

M Los hombres con vasectomía pierden su hombría
R Falso

M El hombre vasectomizado pierde la capacidad de erección
R No existe evidencia, son otros factores los que pueden producir la impotencia

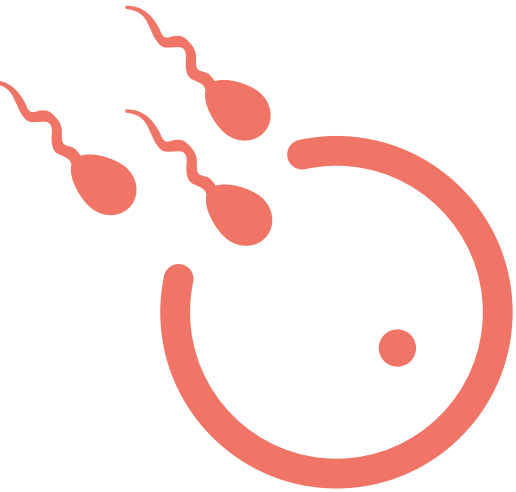
M Con la vasectomía el hombre pierde deseo sexual
R No existe evidencia. Son otros los factores que pueden hacer disminuir el deseo sexual

Lactancia materna

M Mientras se da de lactar no hay embarazo
R La lactancia puede disminuir la fecundidad, pero no anularla. Su efecto se pierde cuando el parto ocurrió hace más de seis meses y la lactancia ya no es exclusiva

M Durante la lactancia se deben usar anticonceptivos, pasan por la leche y dañan al bebé
R Pueden pasar algunas hormonas, como ocurre usualmente con las hormonas naturales de la mujer, pero esto no tiene efectos adversos

Fuente: Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) - Centro de Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos (PROMSEX), Mitos y Métodos anticonceptivos



TUS DERECHOS REPRODUCTIVOS

La Ley General de Población (artículo 3) establece la promoción de programas nacionales para la planeación familiar a través de los servicios educativos y de salud pública y privada; los cuales deberán ofrecerse sistemáticamente a toda persona en edad reproductiva que acuda a los servicios de salud, independientemente de la causa que motive la consulta y demanda de servicios, en especial a las mujeres en edad reproductiva. La información, orientación y apoyo sobre los métodos anticonceptivos debe incluir:

- Características y efectividad
- Indicaciones, contraindicaciones y precauciones
- Vía de administración
- Lineamientos generales para la prescripción
- Duración de la protección
- Seguridad, efectos colaterales y conducta a seguir
- Necesidad de seguimiento, evaluación y reforzamiento de la protección
- Costo, en su caso

Anticoncepción a tu alcance

Tanto el ISSSTE como el IMSS cuentan con programas de planificación familiar para los interesados en general. Estos servicios ofrecen diversos métodos anticonceptivos, además de información, consejería y capacitación por parte del personal respecto al método que mejor se adapte a tus necesidades. A continuación, te presentamos los métodos disponibles en las respectivas instituciones.

Métodos que ofrece el Sector Salud

Instituto Mexicano del Seguro social (IMSS)	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE)
Temporales	
• Pastillas	• Pastillas
• Implante	• Implante
• Parche	• Parche
• Condón masculino	• Condón masculino
• Dispositivo intrauterino (DIU)	• Dispositivo intrauterino (DIU)
• Inyecciones	
• Píldora del día siguiente	
Definitivos	
• Salpingoclasia	• Salpingoclasia
• Vasectomía	• Vasectomía

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social e Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado

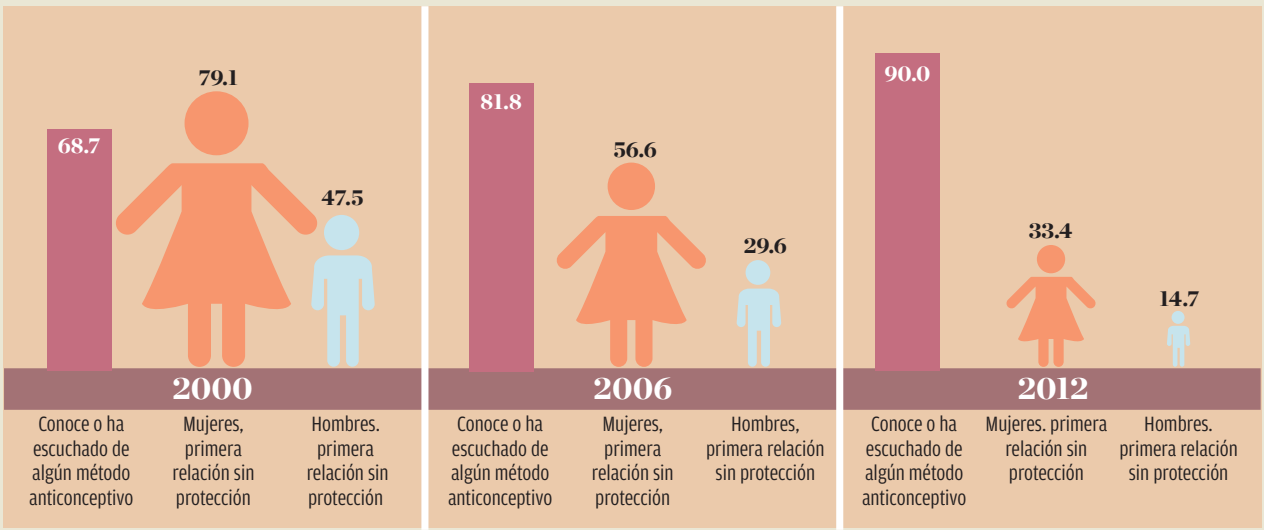
El IMSS ofrece información y recomendaciones sobre la prevención del embarazo adolescente y enfermedades de transmisión sexual.

Consulta **imss.gob.mx/salud-en-linea/yosimecuido**

Tu cuerpo, tu responsabilidad

Anualmente, alrededor de 16 millones de niñas de entre 15 y 19 años dan a luz, cifra que representa 11% de todos los nacidos en el mundo.[5]
En México 23% de los jóvenes de 12 a 19 años son sexualmente activos —25.5% de los hombres y 20.5% de las mujeres. De las adolescentes entre 15 a 19 años, 54.6% mencionó ser sexualmente activa y utilizar un método anticonceptivo para regular su fecundidad, lo que significa que 45.4% está expuesta a un embarazo y/o una infección de transmisión sexual.[6] Sin embargo, 90% de de este grupo conoce o ha escuchado sobre métodos anticonceptivos.

Porcentaje de adolescentes de 12 a 19 años de edad que
Conoce o ha escuchado sobre métodos anticonceptivos
No utilizó metodo anticonceptivo en su primera relación sexual según sexo, 2000, 2006 y 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut 2012)

El condón es el método más utilizado en la primera relación sexual, mismo que ofrece una protección dual: contra embarazos no deseados y contra infecciones de transmisión sexual —ITS.

[5] OMS
[6] Ensanut, 2012

¿DUDAS?

Puedes llamar a **PlanificaTEL: 01800-624-64-64 o TelSIDA: 5207-4077** y **lada sin costo 01800-712-0889**.
También consulta **yquesexo.com.mx** para recibir información sobre sexualidad, derechos sexuales y reproductivos, métodos anticonceptivos, enfermedades, prevención del embarazo, violencia y abuso sexual; así como la ubicación (en zonas urbanas y rurales) de los Servicios Amigables en Salud Sexual y Reproductiva para una atención confidencial y cordial.

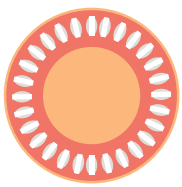
Recuerda que es importante responsabilizarte de tu cuerpo y salud: nadie lo conoce mejor que tú que vives dentro y eres quien sabe cuando algo no va bien. Pregunta e infórmate; ejerce tu derecho a disfrutar de una vida sexual satisfactoria, saludable y sin embarazos no planeados.

PREVENIR TIENE UN COSTO

La Dirección General de Estudios sobre Consumo recabó precios por internet de algunos métodos anticonceptivos.[7] No está de más recordarte que antes de utilizar algún método acudas con un profesional de la salud.

Considera que algunos métodos mostrados en el cuadro pueden ser proporcionados de forma gratuita por las instituciones de salud pública. Infórmate.

7 Con base en el artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos publicados por la Procuraduría Federal del Consumidor no podrán ser utilizados por las empresas o proveedores con fines publicitarios o comerciales.



Ejemplo de precios de algunos métodos anticonceptivos

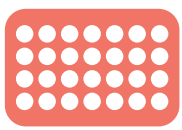
Método	Presentación	Precios ($)		Diferencias	
		Desde	Hasta	($)	(%)
Pastilla de emergencia	Caja c/2 (comprimidos, grageas o tabletas)	28.00	94.62	66.62	237.9
Pastillas anticonceptivas	Caja c/21 (tabletas o grageas)	118.50	305.00	186.50	157.4
Inyección	Solución inyectable. Ampolleta	120.50	201.00	80.50	66.8
Parche	Con tres piezas	298.00	367.09	69.09	23.2
Implante subdérmico	Implante c/1	3,449.18	3,564.67	115.49	3.3
Condón masculino	Caja c/ tres piezas	21.50	55.00	33.50	155.8
	Caja c/ nueve piezas	121.99	161.00	39.01	32.0
Condón femenino	Una pieza	68.00	80.00	12.00	17.6
Dispositivo intrauterino (DIU)	Una pieza	3,299.00*		n/a	n/a
Espermicidas (óvulos)	Caja con 10 óvulos	149.00	207.00	58.00	38.9

Notas:
* Precio único encontrado.
n/a: No aplica
No tomes esta información como recomendación alguna. Antes de utilizar cualquier método anticonceptivo se recomienda acudir primero con el profesional de la Salud.
La información es estrictamente de carácter informativo. Para mayor información acudir con el profesional de la salud.
Fuentes:
Secretaría General del Consejo Nacional de Población (CONAPO). http://www.planificanet.gob.mx/index.php/sport-mainmenu-28/metodos-anticonceptivos/
Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Planificación familiar. http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/planificacion-familiar/
Información de precios recabada del Programa Quién es Quién en los Precios de Profeco (precios del 14 al 20 de enero de 2015 en la Ciudad de México), en sitios de internet de tiendas especializadas, autoservicios y farmacias del 22 al 29 de enero de 2015, por lo que a la fecha de publicación pudo haber cambiado.

RECOMENDACIONES

Cada método tiene sus indicaciones específicas; sin embargo, considera lo siguiente:

- Toma el número de dosis indicadas. Ni más ni menos
- Cumple con los plazos indicados
- Acude a las revisiones médicas correspondientes
- No interrumpas el método sin la revisión y diagnóstico médico necesario
- En caso de que presentes algún malestar acude al médico
- No cambies de marca entre las dosis



Entrevistas:
• Dra. Josefina Lira Plascencia, Jefa de la Unidad de Investigación en Medicina del Adolescente del Instituto Nacional de Perinatología (Inper)
Fuentes:
• Programa de Acción Específico. Planificación Familiar y Anticoncepción. 2013-2018, consultado el 21 de enero de 2015, consultado el 13 de enero de 2015 en: http://cnegsr.salud.gob.mx/contenidos/descargas/PlanFam/PlanificacionFamiliaryAnticoncepcion.pdf
• Definición.de, consultado el 26 de enero de 2015, en: http://definicion.de/ginecologia/
• Programa Nacional sobre Salud Sexual y Reproductiva para adolescentes 2013-2018, consultado el 14 de enero de 2015, en: http://cnegsr.salud.gob.mx/contenidos/descargas/SSRA/SaludSexualyReproductivaparaAdolescentes_2013_2018.pdf
• Presidencia de la República, Estrategia Nacional de Prevención del embarazo en adolescentes, consultado el 26 de enero de 2015, en: http://www.presidencia.gob.mx/articulos-prensa/presento-el-presidente-enrique-pena-nieto-la-estrategia-nacional-de-prevencion-del-embarazo-en-adolescentes/
• Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Tabulados de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADIDI) 2009, Anticoncepción, consultado el 12 de enero de 2015, en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/especiales/enadid/enadid2009/default.aspx
• Consejo Nacional de Población (Conapo), Proyecciones de la Población 2010-2050, consultado el 12 de enero de 2015, en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones
• Consejo Nacional de Población (Conapo), Salud sexual y reproductiva, consultado el 12 de enero de 2015, en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Salud_Sexual_y_reproductiva
• Conapo. Principales indicadores de salud reproductiva, 2009, consultado el 23 de enero de 2015, en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Principales_indicadores_de_Salud_Reproductiva_2009
• Salud Integral para la Mujer, A.C. (SIPAM), Métodos anticonceptivos, consultado el 14 de enero de 2015, en: http://www.sipam.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=97
• Gobierno del Distrito Federal. Programa Usalo, consultado el 15 de enero de 2015, en: http://www.usalo.df.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=308&Itemid=157
• Consejo Nacional de Población (Conapo), sitio PlanificaNet, consultado el 15 de enero de 2015, en: http://www.planificanet.gob.mx/
• Instituto Nacional de Salud Pública, Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Resultados nacionales, 2012, consultado el 20 de enero de 2015, en: http://ensanut.insp.mx/
• Organización Mundial de la Salud (OMS), Planificación familiar, consultado el 15 de enero de 2015, en: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs351/es/
• Organización de las Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Población, Fertilidad y Sección de Planificación familiar. Porcentaje de mujeres casadas o en unión de 15 a 49 años que están usando algún método anticonceptivo, consultado el 14 de enero de 2015, en: http://www.un.org/esa/population/publications/WCU2012/MainFrame.html
• Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA por sus siglas en inglés), Salud sexual y reproductiva en adolescentes y jóvenes, consultado el 22 de enero de 2015, en: http://www.unfpa.org.mx/ssr_adolescentes.php
• Instituto Nacional de Salud Pública en México, Artículo: "Inicio de vida sexual, uso de anticonceptivos y planificación familiar en mujeres adolescentes y adultas en México", consultado el 23 de enero de 2015, en: https://siid.insp.mx/textos/com-5366126.pdf
• Secretaría de Salud, Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, Comunicados, Opciones para Planificación familiar, consultado el 26 de enero de 2015, en: http://cnegsr.salud.gob.mx/contenidos/Programas_de_Accion/PlanFam/comunicados_PF.html
• Secretaría de Salud, Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, Programa de Acción Específico. Planificación familiar y anticoncepción. 2013-2018, consultado el 26 de enero de 2015 en: http://cnegsr.salud.gob.mx/contenidos/Programas_de_Accion/PlanFam/ProgAccionPF2013_2018.html
• Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), consultado el 26 de enero de 2015, en: http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/planificacion-familiar/ y http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/yosimecuido
• Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), consultado el 26 de enero de 2015, en: http://sgm.issste.gob.mx/medica/#, http://www2.issste.gob.mx:8080/index.php/boletines/553-comsocial-boletines-bol39-2013 y http://www2.issste.gob.mx:8080/index.php/boletines/290-comsocial-boletines-diamujer
• Secretaría de Salud, Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, Planificación Familiar y Anticoncepción, consultado el 26 de enero de 2015, en: http://cnegsr.salud.gob.mx/contenidos/Programas_de_Accion/PlanFam/introduccion_PF.html
• Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), Mitos y métodos anticonceptivos, consultado el 28 de enero de 2015, en: http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/PROMSEX-Mitos-Metodos-Anticonceptivos.pdf

Nuestro compromiso es orientarte

BRÚJULA DE COMPRA

bit.ly/BrujulaCompra

ESTA ES LA NUEVA **PROFECO**, LA DEFENSORA DEL CONSUMIDOR

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

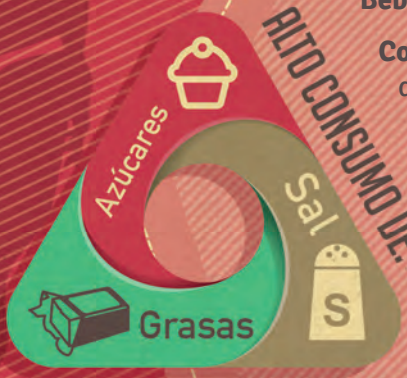
MOVER MÉXICO

DERECHO A UNA ALIMENTACIÓN SANA

DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR 2015

TODO SER HUMANO TIENE DERECHO, NO SÓLO A LA COMIDA, SINO A UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE. ESTE DERECHO SÓLO PUEDE EJERCERSE CUANDO SE TIENE EL ACCESO FÍSICO Y ECONÓMICO, EN TODO MOMENTO -EN TIENDAS, MERCADOS, ETC- A PRODUCTOS ADECUADOS Y NUTRITIVOS O A LOS MEDIOS PARA OBTENERLOS

¿QUÉ ES UNA DIETA NO SALUDABLE?



Bebidas saborizadas con alto contenido de azúcar

Comida rápida: hamburguesas, pizzas, helados, donas, papas y pollo frito

Alimentos procesados: botanas fritas, dulces, cereales de caja, pastelillos procesados, galletas, platillos congelados para microondas, yogur, etcétera

Consumir pocos vegetales se relaciona con **2.9%** de las muertes en los países en desarrollo

4 de las 10 principales causas de muerte en el mundo se vinculan con comer mal:

- **Sobrepeso y obesidad**
- **Hipertensión**
- **Diabetes**
- **Colesterol alto**

Consumir grasas saturadas y trans **estimula las enfermedades cardiacas,** primer causa de muerte en el mundo

Enseña a tus niños desde pequeños a no dejarse llevar por el *marketing* y la publicidad de comida dirigida a ellos:

- **Personajes simpáticos**
- **Colores llamativos**
- **Canciones pegajosas**
- **Juguetes de regalo**

UNA DIETA SALUDABLE INCLUYE

BALANCE ENTRE LA INGESTA Y EL GASTO DE ENERGÍA

ABUNDANCIA DE:

Menos de **30%** de la ingesta total diaria son grasas

- **Evita grasas saturadas** -animales: mantequilla, manteca de puerco, piel del pollo-
- **Elimina las trans** -las de los procesados-

Mejora tu dieta

- Incrementa el consumo de frutas y verduras
- Cocina tus alimentos asados, hervidos, horneados, rostizados, al vapor o fritos con el mínimo de grasa, azúcar y sal

Practica la lactancia materna

- No endulces los alimentos de los infantes -el gusto por el azúcar es aprendido-
- Consume nueces y prefiere los aceites vegetales como de oliva, ajonjolí y cacahuate

Gráfico: Armulfo Guevara

FUENTES

Consumes International. 01/12/2014."Día Mundial 2015: Derecho a una Alimentación Sana". Disponible en http://es.consumersinternational.org/news-and-media/news/2014/12/wcrd-2015-theme-announcement/

Oficina del alto comisionado para los Derechos Humanos. 2010. El derecho a la alimentación adecuada Ginebra: Folleto informativo No. 34., FAO. Ginebra: ONU. Disponible en http://www.ohchr.org/Documents/Publications/FactSheet34sp.pdf, consultado eñ 22 de enero de 2015

World Heart Federation. "Global dietary changes threaten health". Disponible enhttp://www.world-heart-federation.org/fileadmin/user_upload/children/documents/factsheets/Factsheet_Unhealthy_diet.pdf

ALTO AL SEXISMO

LACIA, DELGADA, HERMOSA Y PERFECTA. DE ACUERDO CON LA PUBLICIDAD, SI LAS MUJERES NO CUMPLEN CON ESTOS REQUISITOS ALGÚN ERROR DEBEN ESTAR COMETIENDO. ¿QUIÉN LE OTORGÓ A LOS PUBLICISTAS EL DERECHO DE USAR LA IMAGEN DE LA MUJER A SU ANTOJO?

Por Orianna Martínez

EN LA PUBLICIDAD

En 2014, el sitio de internet *BuzzFeed* se dio a la tarea de presentar de manera invertida tres de las campañas más sexistas de aquel momento en Estados Unidos: *Doritos, Go Daddy y Old Spice*. El resultado fue un video de 90 segundos con el nombre *If Women's Roles in Ads Were Played by Men* (Si los roles de las mujeres en los anuncios fueran interpretados por hombres). En él se presenta a manera de sátira una recreación del anuncio original donde la mujer ya no aparece como objeto sexual, los roles se intercambian y es el turno de los hombres de salir a vender productos haciendo uso de su cuerpo situaciones absurdas.

El video –con 7,960,675 visitas en YouTube hasta la fecha– causó revuelo en redes sociales; distintos medios, como The Huffington Post y Cosmopolitan, lo retomaron en sus sitios web ocasionando un interminable debate entre internautas: mientras una gran parte del público la tachó de propaganda feminista por considerar que mostrar a hombres en esa posición sería desestructurar la cultura como la conocemos, en general tuvo gran aceptación; la mayoría de los hombres y las mujeres que lo comentaron coincidieron en que la manera de objetivar a la mujer en anuncios es reprobable.

Si bien esta iniciativa no propone solución al problema del sexismo en la publicidad, por lo menos logra evidenciar que los estereotipos siguen presentes y se cuestiona lo siguiente: *Seeing men like this is ridiculous, so why isn't it with women?* (Ver a los hombres de esta manera es ridículo, entonces, ¿por qué no lo es con las mujeres?).

> **Usar** los estereotipos es lo que más **funciona** en una **sociedad aspiracional** que únicamente se basa en la **imagen**

1

¿Por qué es importante la equidad de genero en la publicidad?

La publicidad influye mucho en nosotros y en la sociedad, pero muchas veces no nos damos cuenta de su impacto porque es a nivel subconsciente. Por tal motivo, es importante que proponga valores positivos, correctos y de igualdad.

En promedio, una persona que vive en las grandes ciudades, se encuentra con aproximadamente 3 mil impactos publicitarios al día. De estos, se calcula que el 10% se trata de anuncios ofensivos hacia las mujeres, es decir, unos 300 se encargan de mostrar a las mujeres cómo deben ser, qué deben vestir, cuánto comer y de qué manera actuar. Al respecto, Alma Álvarez, especialista en temas de equidad y consultora de Más Proyectos, sostiene que dicho problema nace desde que se asignan roles a las personas por sus condiciones biológicas.

De acuerdo con datos de la organización European Women's Lobby, nueve de cada diez mujeres se sienten mal con sus cuerpos debido a la publicidad sexista y 87% quiere cambiar algo de su aspecto, después de haber estado expuestas a los anuncios.

Los mensajes que recibimos con la publicidad influyen en nuestra vida, a menudo en una forma inconsciente: nos dicen cómo debemos ser, cómo nos hemos de comportar. Cuando no son saludables, crean graves problemas, tanto a nivel individual como social.

En un lugar cercano, hace no mucho tiempo

Como si fuera una verdad universal, durante la década de los cincuenta era común encontrar en los medios de comunicación frases del tipo *Show her it's a man's world* (Muéstrale que es un mundo de hombres)[2] o *You mean a woman can open it?* (¿Quieres decir que hasta una mujer lo puede abrir?)[3]. Si la tradición establecía que las mujeres –supuestamente– eran inferiores, emocionalmente inestables, sumisas, dependientes y siempre al servicio de los hombres, ¿qué les impedía a los publicistas reproducir esta idea y reforzarla en sus campañas? Ciertamente, los profesionales de la comunicación han tenido muy claro que utilizar estereotipos de género en la publicidad garantiza buenos resultados. Al respecto, Rita Chávez, quien ha trabajado durante más de 20 años como Directora de Cuentas en *Olabuenaga Chemistri*, señala que esta idea de seguir fomentando la imagen de las mujeres como amas de casa y objetos sexuales continúa porque "este es un país machista y desde el punto de vista del hombre, él es quien debe ser el proveedor y la mujer debe cuida el hogar y a sus hijos. Desgraciadamente a las mujeres siempre se le ha visto como objeto sexual y por ende así se vende más. Entre más bonitas mejor, la imagen es lo que vende".

Muéstrale que es un mundo de hombres 2

¿Quieres decir que hasta una mujer lo puede abrir? 3

Desde la óptica de la publicidad, reducida a labores domésticas y un interminable romance con las artes culinarias y los buenos modales, a mediados del siglo pasado la mujer no tenía la capacidad intelectual para tomar decisiones importantes o resolver problemas de la vida cotidiana.

Roles impuestos

René Molina, publicista de IMAN y Clemente Cámara y Asociados, refiere que los roles de género están muy definidos en este tipo de anuncios "para nosotros, profesionales de la publicidad no se trata de una cuestión tan simple trabajar excluyendo toda clase de estereotipos, usarlos es lo que más funciona en una sociedad aspiracional que únicamente se basa en la imagen".

Las marcas se escudan tras la idea del *target*, como las encargadas de comprar el detergente o el limpiador de pisos son casi siempre dirigidas a mujeres y descartan a los hombres como posibles compradores. Al respecto, Molina aclara que en la publicidad no se busca concientizar o culturizar a una población, sino vender. Y los estereotipos venden, y muy bien.

Adiós delantal... ¿hola traje sastre?

La publicidad sexista se encarga de vender una fantasía y disfrazarla como una necesidad contemporánea. Ahora la mujer ya puede ser una profesionista, sale de la cocina y ya no sólo tiene que servir a su esposo, también necesita agradarle a su jefe, ser competente en el trabajo y regresar a casa para lavar, limpiar, cocinar y hacerse cargo de su familia. Detrás de esta emancipación femenina se esconde la misma exigencia que por años ha prevalecido en los anuncios publicitarios: más activa que nunca, la súper mujer es el sueño de todo hombre

Tras esta nueva concepción de la mujer que todo lo puede, sigue escondido el mismo estereotipo de género, y lo traemos tan arraigado en la cultura que es muy difícil darle la vuelta.

Tampoco se trata de exigir la supremacía femenina y denostar a los hombres. No es una batalla de los sexos. No se trata de convencer de que las mujeres son superiores a los hombres y viceversa, se trata de exigir una equidad de género.

El sexismo no conoce fronteras

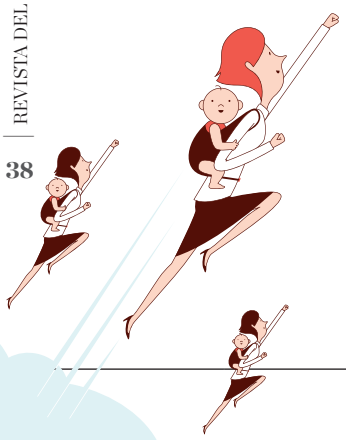
En materia de derechos humanos, las naciones europeas son reconocidas por su constante activismo y preocupación por lograr la equidad de género. Sin embargo, aun en países donde se hace un gran esfuerzo por erradicar los estereotipos en la publicidad, el sexismo y la objetivación de las mujeres sigue presente en muchas campañas publicitarias.

En Suecia, por dar sólo un ejemplo, un banco local lanzó una compaña donde se observa a una mujer con la frase "Quién podía creer que un día llegara a ser dueña de mi propio banco", mientras que la versión masculina del anuncio proyecta a un hombre con la leyenda "Por supuesto que soy dueño de mi propio banco ¿y tú?". Lo anterior da a entender que cualquier hombre es apto para los negocios y que la competencia económica y financiera de las mujeres, es algo raro o extraordinario.

Cabe señalar que los suecos son consumidores sumamente activas, para denunciar la publicidad sexista. Según cifras de 2013, durante ese año se presentaron 625 denuncias a la defensoría encargada de la publicidad en aquel país, de las cuales el 50% correspondieron a anuncios sexistas. El resultado fue el fallo contra la mitad de los anuncios, los cuales que tuvieron que ser retirados.

Para Livia Podestá, coordinadora de Comunicación del Instituto Sueco y cofundadora de Servicio Igualdad/ Equalisters Italia, este tipo publicidad afecta a la mayoría de las mujeres, pues ejerce una enorme presión y crea expectativas completamente irreales sobre ellas "obliga a ser la mejor madre, la mejor amante, la mejor esposa, siempre y cuando sea silenciosa y complaciente, tal como si fuera un objeto".

Sin embrago, no todo está perdido, Podestá confía en que este tipo de publicidad pueda ser erradicada: "tenemos la obligación de no aceptar esta clase de estereotipos; es necesario hablar del tema y no dar por sentado que el sexismo es algo contra lo que no podemos luchar". Es un problema de salud pública y la sociedad tiene que confrontarlo. Los consumidores están en su derecho de no comprar y de reportar las marcas con publicidad sexista; por su parte los publicistas deben proponer nuevos modelos más saludables y realistas; más equitativos.



El macho *alfa*

Hombre: *sinónimo de ganador y triunfador.*

Según la publicidad: *los hombres tienen la obligación de ser líderes en su trabajo, adinerados, atléticos, conquistadores y sumamente cultos. ¿Fracaso? No existe en su vocabulario. Ellos consiguen lo que quieren.*

La imagen del hombre también se utiliza cuando se trata de exaltar sus características y su objetivo sea vender un producto dirigido al sector masculino. Sin embargo, los hombres tampoco están a salvo de los estereotipos negativos. Con mayor frecuencia de lo que parece, son presentados como absolutos ineptos en las tareas del hogar y en la paternidad, como seres cuyo único interés se centra en beber cantidades industriales de alcohol y pasarla bien son sus amigos (¿alguien dijo Tecate y su "es fácil ser hombre"?).

Un ejemplo perfecto de lo anterior es la campaña publicitaria de la marca **Pinol** lanzada en el año 2012, protagonizada por el actor Jaime Camil, quien interpreta un padre incapaz de cuidar a su hija, totalmente perdido cuando su esposa sale de casa. Él tiene que hacerse cargo de limpiar todo lo que desordena y ensucia su bebé a la que le es imposible controlar. Una reiteración de los mismos estereotipos sexistas: en los hombres son antinaturales el cuidado de los hijos y las labores domésticas.

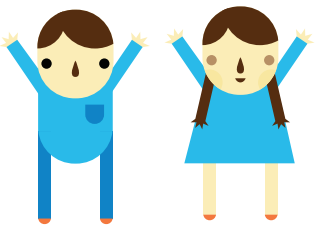
La presión por tener una imagen casi perfecta también recae en los hombres; en esta época –gracias a los retoques digitales– ya nadie puede lucir como es en realidad. En enero de este año se desató una gran polémica alrededor los supuestos retoques a que le habían hecho a las fotografías de Justin Bieber para la nueva campaña de la marca Calvin Klein. Dichas imágenes mostraban una evidente diferencia en la musculatura de la estrella pop: sus abdominales, brazos, pectorales y entrepierna aparecían mucho más definidos y voluminosos que en las fotos originales. Esto viene a confirmar una vez más que nadie se encuentra a salvo, ni hombres ni mujeres.

HeForShe

Vale la pena detenerse a conocer las nuevas campañas que buscan poner fin a la desigualdad de género. HeForShe es un movimiento solidario de ONU Mujeres cuyo objetivo es involucrar a hombres y niños como defensores y agentes de cambio a favor de la equidad de género. Alzar la voz y crear conciencia sobre el problema es sólo uno de los pasos para lograr que esto suceda, pues el reto principal es emprender acciones contra toda forma de violencia que enfrentan mujeres y niñas.

Una de las principales impulsoras de esta campaña es la actriz británica Emma Watson, mejor conocida por interpretar a Hermione Granger en la saga cinematográfica de *Harry Potter*. Ella, como Embajadora de Buena Voluntad de ONU Mujeres, se encarga de promover este proyecto haciendo un llamado a los hombres puesto que "la igualdad de género también es su problema". No se trata de ver únicamente por intereses de un solo sexo , sino de forjar un movimiento solidario entre ambos y de esta manera alcanzar la equidad de género.

#HeForShe

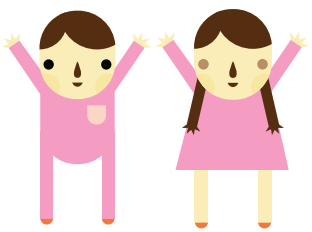


Azul y rosa

Todavía hoy parece que el color nos define: las niñas se visten de rosa y los niños de azul. Ellas deben jugar con muñecas y cocinitas mientras que ellos arman autopistas y se divierten con figuras de acción. Si bien esta costumbre se ha flexibilizado, los estereotipos de género continúan tan arraigados en nosotros que resulta casi imposible dejar que un niño juegue con muñecas. Pero lo anterior no significa que los juguetes, objetos inanimados, sean los culpables o determinantes en la construcción de nuestra identidad. El peligro surge cuando les asignamos cargas simbólicas para diferenciar lo femenino de lo masculino; si a los niños y niñas desde pequeños se les impide identificarse y elegir los juguetes que les gustan de manera libre e independiente ¿qué les puede esperar cuando crezcan? Esto propicia que los niños y las niñas se conviertan en adultos con actitudes machistas y limitan su desarrollo y aspiraciones como personas.

Toy Planet es un ejemplo de cómo se puede vender juguetes sin la necesidad de marcar diferencias entre productos para niñas y niños. En su catálogo de Navidad 2014, la tienda de origen español se alejó totalmente de la idea tradicional que condiciona cierto tipo de juguetes para cada sexo, y en cambio muestra a niñas manejando carros a control remoto, jugando con una caja de herramientas y armando sets de construcción, mientras que los niños se divierten con una mini lavadora, con una casa de muñecas o empujando una carriola.

Un viejo anuncio de LEGO de 1981 es otro buen ejemplo de publicidad con neutralidad de género. En él podemos ver a una niña sosteniendo una escultura hecha con bloques. Contrario a lo que se acostumbra, la niña no usa falda ni vestido, tampoco lleva ropa en color rosa, púrpura o estampados floreados, ella simplemente sonríe mientras lleva puesto unos jeans, tenis y una playera a rayas, nada que involucre algún estereotipo. *What it is, is beautiful* (Lo que sea, es hermoso) se puede leer en el anuncio; claro y preciso. Sin necesidad de recurrir a un gran discurso, LEGO se vende como una marca que estimula la imaginación y que ayuda a los niños a descubrirse a sí mismos, sin aludir a su género.



Vigilar la publicidad

El Sistema de Monitoreo de campañas, que forma parte de MásProyectos, es una iniciativa creada por Alma Álvarez y Angélica Ley, cuyo objetivo es monitorear las campañas de difusión desde la perspectiva de género. La idea es identificar cualquier tipo de comunicación ofensiva para las mujeres y someterla a un análisis de sexismo. Dicho análisis se divide en tres partes: muestra lo negativo, lo positivo y sugiere una recomendación para que el anuncio sea equitativo.

El sistema se encarga de analizar tanto la propaganda gubernamental como la publicidad de empresas privadas que aparecen en televisión, medios impresos y spots radiofónicos. Próximamente también se integrarán al monitoreo las campañas que se difunden a través de las redes sociales.

Otro de los proyectos más activos en señalar campañas publicitarias que promueven la violencia de género, es El Observatorio de las Publivíboras, que pertenece a La Cabaretiza, A. C. una organización conformada por ocho personas en defensa de los derechos humanos. El observatorio es público y surge con la idea de reprobar toda clase de comunicación que ofenda a las mujeres. Cualquier persona puede pertenecer y subir publicidad que considere misógina o que tengan algún dejo de sexismo. Cecilia Sotres, integrante de La Cabaretiza explica que la función de las Publivíboras no es sólo identificar la publicidad ofensiva, sino que también crear una comunicación directa con las agencias de publicidad para ofrecerles recomendaciones y lograr un diálogo que vaya más allá se ser "un dedo regañón que critica y no propone". A la par de sus actividades relacionadas con el observatorio, las integrantes de La Cabaretiza ofrecen un espectáculo en diversas universidades donde tratan con humor la realidad del panorama sexista en la publicidad. Saben muy bien que los estudiantes —próximos profesionistas— son muy sensibles para analizar campañas publicitarias, sin embargo, les gustaría presentar su trabajo frente a niños de escuelas primarias, pues este es un problema que se debe de atacar desde la niñez, como suelen decir: la infancia es destino.

¿Qué podemos hacer?

Alma Álvarez sugiere que debemos castigar a las marcas que muestran una publicidad ofensiva, ¿de qué manera? Simplemente no consumiéndolos. Si dejamos de un comprar este tipo de productos también estamos dejando de pagar su publicidad.

Por el contrario, hay que premiar a las marcas que se inclinan por la equidad de género y no excluyen a mujeres u hombres.

De manera similar, **Livia Podestá** cree que este problema se puede atacar desde la educación, por lo que es necesario analizar a los medios en las escuelas, formar un criterio para los niños y crear conciencia. Lo anterior va de la mano con exigir campañas publicitarias con modelos más equilibrados y saludables, alternativos a los estereotipos, y por supuesto un mayor activismo que no sólo se quede en la parte digital, sino que denuncie y presente quejas.

El Observatorio de las Publivíboras también se encarga de identificar y reconocer anuncios sin estereotipos, como es el caso del detergente **Eficaz** y su comercial de 2014, el cual muestra a un hombre evidentemente feliz cantando una tonada pop al mismo tiempo que lava los trastes, sencillo y muy diferente. Sobre todo, demuestra que el consumidor finalde un detergente no tiene por que ser únicamente la mujer.

Entrevistas:

-Livia Podestá, Coordinadora de comunicación del Instituto Sueco y cofundadora de Servicio Igualdad/ Equalisters Italia.
-Alma Alvarez, Especialista en temas de equidad y consultora de Más Proyectos.
-Cecilia Sotres, Actriz y miembro de La Cabaretiza
-Rita Chávez, Directora de Cuentas en Olabuenaga Chemistri.
-René Molina, Publicista de IMAN y Clemente Cámara y Asociados.

PESCADO EN TU MESA

atún envasado

Los deportistas lo prefieren por su alto contenido proteínico, las amas de casa lo eligen porque con él pueden preparar una gran cantidad de platillos todo el año, los niños lo piden por su sabor, los oficinistas llevan consigo por práctico, para las jornadas largas, y a todos nos gusta su costo, en general, accesible. Por ser tan socorrido, lo analizamos para que, entre tantas marcas disponibles, elijas la de mejor calidad

Un viejo conocido nuestro, que nos ayuda a integrar pescado en la dieta a lo largo del año y sin gastar mucho. Así es el atún, que podría describirse como un comprimido de soluciones en una lata. El gusto de las familias por este alimento hace que sea un generador de riqueza: su pesca, que se hace por medio de prácticas responsables con el medio ambiente genera anualmente una derrama superior a los mil 200 millones de pesos.[1] Los túnidos mexicanos también son bien recibidos en Estados Unidos y Europa. En el mundo entero se aprecian las cualidades de este pescado, de gran valor nutricional.

Además de ser una importante fuente de proteínas de alto valor biológico, por tratarse de un pescado azul, el atún es una importante fuente de ácidos grasos omega-3, vitaminas –A, D y las del grupo B– y minerales –en especial fósforo y magnesio.

[1] –. (3 de abril de 2011). "México entre las principales naciones consumidoras de atún" , consultado el 13 de febrero de 2015 en www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/paginas/2011B173.aspx

100 gramos aportan 26.53%de proteínas,[2] lo que convierte a este producto en ideal para deportistas, además de que su reducido contenido calórico conviene a personas con sobrepeso, problemas cardiovasculares y a cualquiera que busque cuidar su salud y figura. En fin, se trata de un alimento nutritivo, sabroso, que ofrece múltiples posibilidades en la cocina.

[2]–. (23 de agosto de 2012), "Disponibles más de 300 especies marinas de alto valor nutritivo y proteínico", consultado en www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/2012/agosto/Documents/2012B418.pdf

Industria sustentable

El atún aleta amarilla es la especie más abundante, se encuentra en grandes cardúmenes en el Oceáno Pacífico, en el Atlántico, Golfo de México y Mar Caribe; la calidad de su carne es, por lo general, muy buena. Aunque en los ochenta la pesca del atún experimentó una gran expansión, en la actualidad se buscan sistemas sustentables que posibiliten la recuperación de las poblaciones. En México cinco importantes empresas han conformado la Alianza del Pacífico para el Atún Sustenable. Nuestro país se posiciona como líder productor y protector.

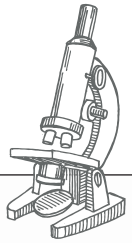
-. (21 de noviembre de 2014), "En proceso la certificación de empresarios de la Alianza del Pacífico para el Atún Sustentable", consultado el 7 de febrero de 2015 en http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2014B919.aspx

En el presente, diversas marcas que comercializan atún enlatado sustituyen una parte de atún por soya. El atún con soya no deja de ser nutritivo, por ser la soya una fuente de proteínas vegetales de calidad que proporciona aminoácidos esenciales; sin embargo, esta cualidad no exime a los fabricantes de señalar con claridad lo que el producto contiene para que la población consumidora haga la mejor elección de compra. El problema es que, si bien las marcas mencionan en el listado de sus ingredientes que contienen soya, no indican en qué porcentaje; en este estudio encontramos que los contenidos de soya adicionados fueron de 3 hasta 40% del producto envasado, una vez escurrido –masa drenada–, lo que representa un engaño para los consumidores y una competencia desleal entre fabricantes.

Tanto la adición de soya como la presentación del atún impactan en el precio de estos productos. Una lata de atún desmenuzado es más barata que la que sepresenta en trozos y el atún compacto es la presentación más cara, como podrás ver en el recuadro.

Que no te den soya por pescado

Si bien es de esperarse que los productos envasados indiquen en su etiqueta la denominación, conforme a lo que corresponde a la composición del producto en cuestión, esto no se cumple en los que se ostentan como atún, ya que, con excepción de los que se presentan compactos, muchos adicionan soya, por lo que deberían llamarse "atún con soya".



El estudio

Analizamos 52 productos nacionales e importados de las distintas presentaciones de atún envasado que se comercializan en México:

15	9	16	12
compacto	en trozos	en hojuelas	desmenuzado

En todos los productos se verificó:

Información comercial

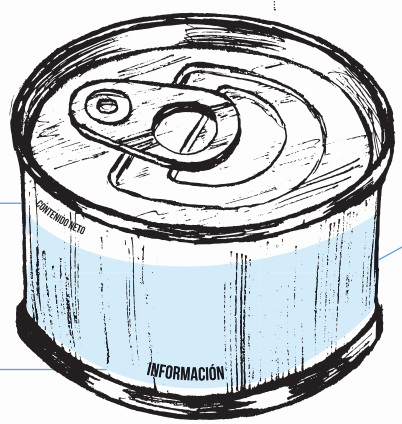
Revisamos que la información en las etiquetas de los productos cumpliera con los requisitos marcados en las NOM-084-SCFI-1994. Información comercial-especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados y de la NOM-051-SCFI/SSA-2010. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Información comercial y sanitaria. También se verificó que dicha información fuera veraz y que no confundiera al consumidor sobre su composición.

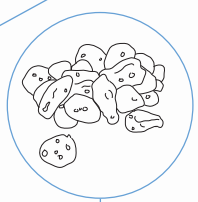
Contenido neto y masa drenada

Comprobamos que el contenido neto cumpliera con lo declarado, aplicando las tolerancias permitidas por la norma, y analizamos que la cantidad de producto después de drenado –escurrido– coincidiera con el declarado en la etiqueta.

Medio de cobertura

Verificamos que los ingredientes básicos del caldo de cobertura –por lo general agua y/o aceite de olivo o vegetal– estuvieran presentes como el productor lo declara en la etiqueta. De acuerdo con la normatividad, los ingredientes deben enumerarse por orden cuantitativo decreciente.





Tejido diferente a la carne de pescado

Analizamos que el pescado envasado esté libre de piel, escamas, coágulos de sangre, agallas, espinas y vísceras; así como que el músculo se presentara altamente vascularizado y obscurecido por la sangre retenida, características que demeritan su calidad.

Presentación del producto

Verificamos que la presentación del producto correspondiera con lo declarado, en su etiqueta; ya sea que fuera compacto, en trozos, en hojuelas o desmenuzado.

Contenido de soya

Diversas marcas indican en su listado de ingredientes, que contienen derivados de soya, tales como concentrado de proteína de soya y caldo vegetal, que incluye proteína de soya, soya texturizada, fibra de soya, proteína de soya texturizada, entre otros componentes.

Precio

Aunque el valor comercial del producto no fue un criterio a evaluar, se determinó el costo por 100 g de masa drenada de atún. Para calcularlo, se usó como base el precio al que adquirimos las muestras.

NORMATIVIDAD

NOM-002-SCFI-2011.
Productos preenvasados. Contenido Neto. Tolerancias y Métodos de Verificación.

NOM-051-SCFI/SSA-2010.
Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Información comercial y sanitaria.

NOM-084-SCFI-1994.
Información comercial - Especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados.

NMX-F-220-SCFI-2011.
Productos de la pesca – Productos alimenticios para consumo humano - Atunes y pescados similares enlatados en aceite – Especificaciones.

NMX-F-315-1978.
Determinación de la masa drenada o escurrida en alimentos envasados.

FICHA TÉCNICA

Periodo del estudio:
3 de diciembre de 2014 al 15 de enero del 2015

Periodo de muestreo:
03 y 04 de diciembre del 2014

Marcas analizadas: 52

Pruebas realizadas: 3068

ATÚN EN HOJUELAS Y DESMENUZADO

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en agua y aceite **Great Value**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g ,masa drenada 100 g*
Información comercial	Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua y aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	9.00

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún Aleta Amarilla en Aceite en hojuelas **Dolores**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró producto con más agua que aceite.
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.20

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en aceite **CALMEX**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró producto con más agua que aceite.
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.83

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en aceite en hojuelas **NAIR**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 130 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 3 a 4
Costo por 100 g de masa drenada ($)	9.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua con aceite en hojuelas **GOLDEN HILLS**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua con aceite", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Agua con aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 2 a 5
Costo por 100 g de masa drenada ($)	8.95

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún aleta amarilla en agua light en hojuelas **Tuny**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "lomo de atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas y espinas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 3 a 6
Costo por 100 g de masa drenada ($)	10.20

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún aleta amarilla en aceite en hojuelas **Tuny**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró producto con más agua que aceite.
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	10.20

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún Aleta Amarilla en Agua en hojuelas **Dolores**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas y espinas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.20

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **Great Value**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 2 a 3
Costo por 100 g de masa drenada ($)	9.00

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **CALMEX**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g* *masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con espina.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 2 a 4
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.83

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **GOLDEN HILLS**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g,* *masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 4 a 7
Costo por 100 g de masa drenada ($)	8.95

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **EL DORADO**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g,* *masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con espina.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 4 a 9
Costo por 100 g de masa drenada ($)	8.00

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **NAIR**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 130 g* *masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 5 a 9
Costo por 100 g de masa drenada ($)	9.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en aceite **SORIANA®**
Procedencia *Presentación*	**México** *Cont. Net. 140 g* *masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 5 a 11
Costo por 100 g de masa drenada ($)	10.00

ATÚN EN HOJUELAS Y DESMENUZADO (continuación)

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua con aceite desmenuzado **MARINERO**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina atún "aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún compacto, cuando se trata de atún desmenuzado. No indica condiciones para su conservación.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con espinas.
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 10 a 12
Costo por 100g de masa drenada ($)	9.99

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **Ke Precio**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con escamas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 10 a 16
Costo por 100g de masa drenada ($)	7.72

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en agua y aceite **Aurrerá**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua y aceite", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua y aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 12 a 16
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.56

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua desmenuzado **MARINERO**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g,masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua" pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún compacto, cuando se trata de atún desmenuzado. No indica condiciones para su conservación.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 14 a 20
Costo por 100g de masa drenada ($)	9.99

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua light desmenuzado **CHEDRAUI D'Calidad**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con espina.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 10 a 21
Costo por 100g de masa drenada ($)	7.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en agua con aceite **Ke Precio**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua con aceite", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua con aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 20 a 22
Costo por 100g de masa drenada ($)	7.72

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **Aurrera**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua" pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmento de venas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 11 a 16
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.56

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **HIPERMART®**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 11 a 17
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua desmenuzado **ANCLA**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 12 a 17
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.56

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **SORIANA®**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en agua", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con escamas.
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 5 a 19
Costo por 100g de masa drenada ($)	10.00

Denominación **MARCA**	Atún Aleta amarilla en aceite en hojuelas **EL DORADO**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite" pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún en hojuelas.
Contenido seto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró producto con más agua que aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 9 a 26
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.00

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en aceite desmenuzado **CHEDRAUI D'Calidad**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite"; pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró producto con más agua que aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 20 a 26
Costo por 100g de masa drenada ($)	7.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla desmenuzado en aceite **HIPERMART®**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite", pero presenta soya.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró más agua que aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 22 a 33
Costo por 100g de masa drenada ($)	8.33

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en aceite desmenuzado **ANCLA**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140, masa drenada 90 g*
Información comercial	Se denomina "atún aleta amarilla en aceite", pero presenta soya. Ostenta la imagen de atún en trozos, cuando se trata de atún desmenuzado.
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Se encontró más agua que aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 18 a 34
Costo por 100g de masa drenada ($)	13.22

ATÚN EN TROZOS

Denominación **MARCA**	Lomo de atún Aleta Amarilla en aceite en trozos **Dolores**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 85 g, masa drenada 80 g*
Información comercial	Completa
Contenidoneto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	13.63

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en agua *light* en trozos **Tuny**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 85 g, masa drenada 80 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	13.75

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla en aceite en trozos **Tuny**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 85 g, masa drenada 80 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	13.75

Denominación **MARCA**	Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **HERDEZ**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 130 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara "en trozos", pero tuvo hasta 53.02 % de hojuela.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.67

Denominación **MARCA**	Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Marina Azul**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 74 g, masa drenada 70 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara en trozos, pero tuvo hasta 42.35% de hojuelas.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	19.86

Denominación **MARCA**	Lomo de atún aleta amarilla en aceite de oliva extra virgen en trozos **Marina Azul**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 74 g, masa drenada 70 g*
Información comercial	No soporta el uso de la leyenda: "El Aceite de Oliva Extra Virgen es un antioxidante natural que cuida y regula el metabolismo".
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara "en trozos", pero tuvo hasta 38.69% de hojuelas.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	24.59

Denominación **MARCA**	Lomo de atún aleta amarilla en agua en trozos **HERDEZ**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 130 g, masa drenada 90 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara en trozos, pero tuvo hasta 52.37% de hojuela.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	11.67

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún Aleta Amarilla en Aceite de oliva en trozos **Dolores Premium**
Procedencia	México
Presentación	Cont. Net. 85 g, masa drenada 80 g
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	17.25

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Compacto o sólido. Pescado cortado en segmentos transversales; la proporción de hojuelas o trozos sueltos no debe rebasar 18% de la masa drenada

Trozos. Pedazos con una longitud mínima de 1.2 cm, la proporción de hojuelas o trozos inferiores a 1.2 cm no ha de rebasar 30% de la masa drenada

Hojuelas. Mezcla de partículas y pedazos en donde la mayor parte de estos tienen como máximo 1.2 cm de longitud; la proporción de trozos inferiores a 1.2 cm rebasa 30% de la masa drenada

Triturado o desmenuzado. Mezcla de partículas de pescado reducidas a dimensiones uniformes, las partículas están separadas y no forman una pasta.

Otras presentaciones. La normatividad permite otras presentaciones, siempre y cuando sean suficientemente distintas de las presentaciones mencionadas y se describa adecuadamente en la información

Denominación **MARCA**	Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **nutri atún**
Procedencia	México
Presentación	Cont. Net. 74 g, masa drenada 70 g
Información comercial	Se denomina atún aleta amarilla en aceite; pero presenta soya. Destaca estar adicionado con AFP y DHA sin indicar cuál es el porcentaje. No soporta el uso de las leyendas: -"El único atún adicionado de AFP y DHA" - "AFP es un complejo único de ácido fólico y proteínas que ayuda a mejorar la calidad de vida de todas las etapas".
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara en trozos, pero tuvo hasta 62.98% de hojuelas.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	De 38 a 40
Costo por 100 g de masa drenada ($)	16.43

ESTADOS ATUNEROS

En México, la pesca del atún se concentra en el litoral del pacífico. Los estados en los que esta actividad se realiza son: Sinaloa, Colima, Chiapas, Baja California y Baja California Sur, entidad que se integró a la acuacultura en 2004, y que en 2012 aportó cerca de 2 mil toneladas. Es la segunda industria pesquera nacional más valiosa, después del camarón.

Maríquez Núñez, J. Antonio (4 de junio de 2012), "Atún mexicano", consultado el 1 de febrero de 2015, en http://eleconomista.com.mx/columnas/agro-negocios/2012/06/04/atun-mexicano

ATÚN COMPACTO O SÓLIDO

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla compacto en aceite vegetal **CABO de PEÑAS**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 111 g, masa drenada 72.5 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite vegetal
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	30.34

Denominación **MARCA**	Filetes de Atún Aleta Amarilla en Aceite de oliva Ventresca Sólido **Dolores Premium**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 120 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	51.75

Denominación **MARCA**	Lomo sólido de Atún Aleta Amarilla en Aceite de oliva **Dolores Premium**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g ,masa drenada 108 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	22.13

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla sólido en aceite de oliva **ORTIZ El Velero**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 112 g, masa drenada 82 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	56.34

Denominación **MARCA**	Atún blanco en aceite de oliva Compacto **Palacio de Oriente**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 111 g, masa drenada 72 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	69.31

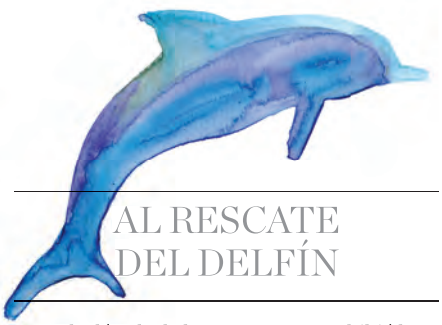
Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla claro en aceite de oliva compacto **VIGILANTE**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 11 g, masa drenada 76 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	64.47

Denominación **MARCA**	Lomo sólido de Atún Aleta Amarilla en Aceite **Dolores Premium**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa Drenada 108 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	17.50

Denominación **MARCA**	Lomo sólido de Atún Aleta Amarilla en agua **Dolores Premim**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa Drenada 108 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	17.50

El atún envasado **debe estar libre de escamas, piel, escamas, coágulos y espinas**

Denominación **MARCA**	Atún blanco compacto en aceite de oliva **World Table**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 230 g, masa drenada 150 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	93.33



AL RESCATE DEL DELFÍN

En la década de los noventa se prohibió la exportación de atún mexicano a Estados Unidos, por no poder demostrar ante las autoridades de ese país el cumplimiento de las normas de protección al delfín que operaban para las embarcaciones estadounidenses. La situación ha cambiado: en 2013, México exportó atún aleta amarilla por un valor de 5 millones 973 mil dólares[4] Este es un reconocimiento a los métodos sustentables adoptados por los pescadores de atún mexicanos, ya que en nuestro país actualmente se respetan los procesos de pesca orientados al cuidado de las especies marinas.

Fuente

[4]... (28 de abril de 2014). "Subieron 72% las importaciones de atún a EU en cinco años", consultado el 2 de febrero de 2015 en http://www.jornada.unam.mx/2014/04/28/economia/035n2eco

HAMBURGUESA DEL MAR

INGREDIENTES

3 latas de atún en aceite
1 taza de migajón –puede ser de bolillo o de pan de caja–
2 huevos
3 cucharadas de perejil finamente picado
2 cucharadas de aceite —puedes emplear de oliva o vegetal–
2 panes para hamburguesa
6 hojas de lechuga
6 rodajas de jitomate
1 cebolla blanca, cortada en rodajas
Pimienta al gusto

PREPARACIÓN:

• Mezcla el atún con el migajón
• Agrega a la mezcla los huevos, uno a uno, y después el perejil, el aceite y la pimienta
• Amasa hasta que los ingredientes se incorporen
• Forma las hamburguesas y cocínalas a fuego medio, hasta que se doren
• Forma las hamburguesas de la siguiente manera: coloca, encima de la base del pan, una hoja de lechuga, jitomate, la carne y la cebolla
• Sazona con mayonesa, mostaza y catsup al gusto. También puedes agregar queso
• Cubre con la tapa y sirve

...(s. f.) "Hamburguesas de atún en conserva", consultado el 3 de febrero de 2015 en http://www.guiainfantil.com/recetas/pescados/atun-y-bonito/hamburguesas-de-atun-en-conserva-ricas-y-economicas/

ATÚN COMPACTO O SÓLIDO (continuación)

Denominación **MARCA**	Atún aleta amarilla compacto en aceite de oliva **CABO de PEÑAS**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 111 g, masa drenada 72.5 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	Se encontró producto con fragmentos de venas.
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	50.90

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún aleta amarilla Sólido en agua light **Tuny Línea Gourmet**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa drenada 100 g*
Información comercial	Completa
Contenido Neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara "compacto", pero tuvo hasta 39.03% de trozo y hojuela.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Agua
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	20.00

Denominación **MARCA**	Lomo de Atún aleta amarilla Sólido en aceite **Tuny Línea Gourmet**
Procedencia	México
Presentación	*Cont. Net. 140 g, masa Drenada 100 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Se declara "compacto" pero tuvo hasta hasta 36.25% de trozo y hojuela.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	20.00

Denominación **MARCA**	Atún Barrilete en aceite vegetal refinado (No declara presentación) **Palacio de Oriente**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 80 g, masa drenada 52 g*
Información comercial	No declara el tipo de presentación que contiene (ostenta imagen de sólido).
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Cumple
Presentación del producto una vez drenado	Tuvo hasta 53.95% de trozo y hojuela.
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite vegetal refinado
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	48.08

Denominación **MARCA**	Atún blanco en aceite de oliva sólido **ORTIZ El Velero**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 270 g Masa Drenada 200 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Se encontró producto que tuvo hasta 7.38% menos de la cantidad declarada.
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	97.00

Denominación **MARCA**	Ventresca de Atún claro atún aleta amarilla en aceite de oliva **Tuny Línea Gourmet**
Procedencia	España
Presentación	*Cont. Net. 111 g, masa drenada 80 g*
Información comercial	Completa
Contenido neto	Cumple
Masa drenada	Se encontró producto que tuvo hasta 18% menos de la cantidad de masa declarada.
Presentación del producto una vez drenado	Cumple
Tejido diferente a la carne de pescado	No presenta
Medio de cobertura	Aceite
Contenido de soya (% en el producto drenado)	No presenta
Costo por 100 g de masa drenada ($)	61.25

Lo que encontramos

El atún envasado que estudiamos es, en general, de calidad aceptable. Sin embargo, en muchos productos el gran problema fue la falta de información adecuada que advirtiera sobre la inclusión de soya y la denominación del pescado –es común que se venda como "en trozos", cuando lo que se ofrece son hojuelas–, y los contenidos declarados son otro punto a tomar en cuenta.

Contenido neto y masa drenada

Todas las marcas cumplieron con el contenido neto declarado, no así con respecto a la masa drenada, ya que encontramos valores menores a lo declarado en los productos: atún blanco en aceite de oliva sólido **ORTIZ El Velero** (contiene hasta 7.38% menos) y Ventresca de atún claro aleta amarilla en aceite de oliva **Tuny Línea Gourmet** (hasta 18.17% menos).

Contenido de soya

a) En ninguna de las presentaciones de **atún compacto** se encontró presencia de esta leguminosa; esta presentación conforma el segmento de mayor precio.

b) De las marcas denominadas como **atún en trozo**, sólo una, Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **nutri atún**, presentó hasta 40% de soya.

c) En las presentaciones de **hojuelas y desmenuzado** se encontraron más productos con soya: 23 con cantidades que oscilan entre 3 y 34% del producto drenado, como podrás corroborar en las tablas.

Presentación del producto

a) Atún compacto o sólido. Encontramos marcas que rebasaron el 18% de la proporción permitida de hojuelas o trozos sueltos; estas fueron: Lomo de atún aleta amarilla sólido en agua light **Tuny Línea Gourmet** (hasta 39.03%), Lomo de atún aleta amarilla sólido en aceite y **Tuny Línea Gourmet** (hasta 36.25%). La marca **Palacio de Oriente** atún barrilete en aceite vegetal refinado no indica el tipo de presentación que envasa; en la etiqueta se presenta la imagen de atún sólido, pero no contiene el 82% de atún en presentación compacta que pide la norma.

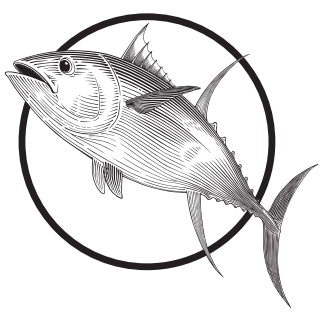
b) Atún en trozos. Cinco marcas no cumplieron con esta denominación al presentar una alta proporción de hojuelas: Lomo de atún aleta amarilla en agua en trozos **HERDEZ** (hasta 52.37%), Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **HERDEZ** (hasta 53.02%), Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Marina Azul** (hasta 42.35%), Lomo de atún aleta amarilla en aceite de oliva extra virgen en trozos **Marina Azul** (hasta 38.69%) y Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **nutri atún** (hasta 62.98%).

Medio de cobertura

El atún, por naturaleza, contiene agua y esta puede ser liberada al momento de la cocción; cuando el producto se declara "en aceite", es de esperarse que este ingrediente se encuentre en mayor proporción; en las tablas encontrarás siete productos que ostentan ser en aceite y tuvieron más agua que aceite.

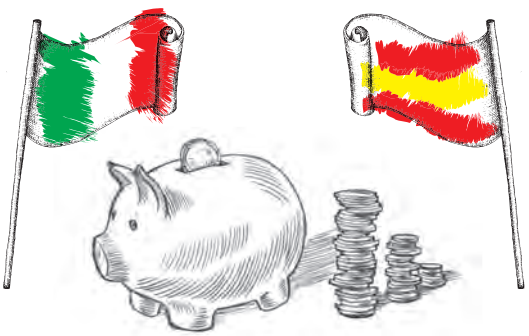
Tejido diferente a la carne de pescado

15 productos presentaron fragmentos de venas y/o escamas y/o espinas, como indican las tablas.



Recomendaciones

Elegir la mejor marca de atún no tiene que ser una decisión que involucre gran costo: hay productos económicos que ofrecen calidad.



Entre las marcas la diferencia de precio es muy amplia: por lo general los importados son más caros, pero tienes la opción de varias marcas nacionales que obtuvieron buenos resultados. Es importante que revises los resultados, para que elijas el de mejor calidad y precio.

Antes de comprar, lee cuidadosamente la etiqueta con todo y letras chiquitas; varias marcas contienen imágenes que no corresponden con su presentación –trozos, hojuelas o desmenuzado.

No olvides revisar los ingredientes: en ese listado puedes ver si el producto contiene soya, aunque no se declaren las cantidades adicionadas. Tómalo en cuenta, sobre todo si eres alérgico a este ingrediente.

Recuerda que para poder obtener una buena alimentación, debes consumir una variedad de alimentos que te aporten la cantidad y calidad de nutrientes necesarios. **El atún es una buena fuente de proteína** y un producto que contribuye a mantenerte sano.

Precios mínimos y máximos de atún envasado en la ciudad de México, Zona Metropolitana, La Paz y San Luis Potosí

Precios levantados del 26 al 30 de enero de 2015

Denominación / **marca** / procedencia / presentación	Ciudad de México y Zona Metropolitana				La Paz				San Luis Potosí			
	Precio mínimo o único	Tienda (sucursal)	Precio máximo	Tienda (sucursal)	Precio mínimo o único	Tienda (sucursal)	Precio máximo	Tienda (sucursal)	Precio mínimo o único	Tienda (sucursal)	Precio máximo	Tienda (sucursal)
ATÚN EN HOJUELAS Y DESMENUZADO												
Atún aleta amarilla en hojuelas en agua y aceite **Great Value** / México/ Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$9	Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Miramontes / Multiplaza Arboledas / Pirules / Plaza Aragón / Plaza Ecatepec / Plaza Oriente / Satélite / Tepeyac / Villa Coapa)			$9	Walmart (Cola de Ballena)			$9	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)	$9	Superama
Lomo de atún aleta amarilla en aceite en hojuelas **Dolores** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$8	Mercado Soriana Express	$16	Farmatodo (Miramontes)	$10	Mega Comercial Mexicana (La Paz)	$17	Minisúper El Conchalito / Mercado Abasto de La Paz	$9	Bodega Aurrerá (Nicolás Zapata) / Chedraui	$14	Quesos y más
Atún aleta amarilla en hojuelas en aceite **Calmex** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$9	Distribuidora Comercial Vaquero	$11	Chedraui (Neza Norte / Mundo E)	$11	Chedraui	$11	Chedraui (Colima)	$11	Chedraui		
Lomo deatún aleta amarilla en aceite en hojuelas **Tuny** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$8	Bodega Comercial Mexicana (Santa María La Ribera)	$16	Súper City	$8	Bodega Aurrerá	$17	Mini Súper Aiden / Súper City (Forjadores)	$8	Chedraui	$13	HEB
Lomo de atún aleta amarilla en agua en hojuelas **Dolores** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 100 g	$8	Mercado Soriana Express	$15	Extra (171)	$10	Mega Comercial Mexicana (La Paz)	$17	Minisúper El Conchalito	$9	Bodega Aurrerá (Nicolás Zapata) / Chedraui	$14	Quesos y más
Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **Great Value** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$9	Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Miramontes / Multiplaza Arboledas / Pirules / Plaza Aragón / Plaza Ecatepec / Plaza Oriente / Satélite / Tepeyac / Villa Coapa)	$9	Superama (Parque Polanco)	$9	Walmart (Cola de Ballena)			$9	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)	$9	Superama
Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **Calmex** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$11	Chedraui (Coapa / Zaragoza)	$11	Chedraui (Neza Norte / Mundo E)	$11	Chedraui	$11	Chedraui (Colima)	$11	Chedraui		
Atún aleta amarilla en aceite en hojuelas **Nair** / México / Cont. Net. 130 g masa drenada 90 g	$8	Bodega Comercial Mexicana (Center Plaza Aragón / Santa María La Ribera / Zaragoza) / Comercial Mexicana (Aragón / Ermita / La Villa / Villa Coapa) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Mixcoac / Pilares)	$12	Scorpion (Ecatepec D-428)	$8	Chedraui / Mega Comercial Mexicana (La Paz)	$12	Ley Express (Paraíso del Sol) / Ley (Las Garzas)	$8	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Chedraui / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$11	Comercializadora Gue1000 de México (3)
Atún aleta amarilla en agua con aceite en hojuelas **Golden Hills** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$9	Comercial Mexicana (La Villa) / Mega Comercial Mexicana (Mixcoac)	$11	Comercial Mexicana (Aragón)	$10	Mega Comercial Mexicana (La Paz)			$10	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)		
Lomo de atún aleta amarilla light en agua en hojuelas **Tuny** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$8	Bodega Comercial Mexicana (Santa María La Ribera)	$16	Súper City	$8	Bodega Aurrera	$17	Mini Súper Aiden	$8	Chedraui	$13	HEB
Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **Golden Hills** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$9	Comercial Mexicana (La Villa) / Mega Comercial Mexicana (Mixcoac)	$11	Sumesa (Arboledas)	$10	Mega Comercial Mexicana (La Paz)			$10	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)		
Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **El Dorado** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$8	Mercado Soriana (Atizapán)	$12	IMSS (No. 61 / Tequesquinahuac / Villa Coapa No. 7)	$8	Ley (5 de Mayo / Las Garzas) / Ley Express (Camino Real / El Dorado / Paraíso del Sol)	$16	Go Martek	$8	HEB	$10	Oxxo (Amado Nervo / Himalaya /La Loma / Paseo Campestre / Sierra Leona / Sierra Vista)
Atún aleta amarilla en agua en hojuelas **Nair** / México / Cont. Net. 130 g Masa Drenada 90 g	$8	Depósito de Abarrotes La Mixteca	$12	Mega Comercial Mexicana (Arboledas)	$8	Chedraui (Colima)	$12	Abarrotes Jiménez	$8	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Chedraui / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$11	Súper ISSSTE
Atún aleta amarilla en hojuelas en aceite **Soriana** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$10	Soriana (Aragón / Cuitláhuac / Iztapalapa / La Villa / Miramontes / Mixcoac / Tacubaya)			$10	Soriana Plaza (La Paz)	$12	Soriana Súper (Mezquitito)	$10	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta)		
Atún aleta amarilla en agua con aceite desmenuzado **Marinero** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$7	Sahuayo	$10	Waldo's Mart	$8	Aliser (Ladrillera)	$11	Aliser (Calandrio / Guillermo Prieto / Indeco / Santa Fe)	$6	Súper Abarrotes Eco	$7	Impulsora Sahuayo
Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **Ke Precio** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Bodega Comercial Mexicana (Center Plaza Aragón) / Mega Comercial Mexicana (Pilares) / Sumesa (Oaxaca)	$7	Bodega Comercial Mexicana (Santa María La Ribera / Tacuba / Zaragoza) / Comercial Mexicana (Aragón / Ermita / Villa Coapa) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Coapa / Mixcoac / Rojo Gómez) / Sumesa (Arboledas)	$7	Mega Comercial Mexicana (La Paz)			$7	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)		

Atún aleta amarilla desmenuzado en agua y aceite **Aurrera** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Bodega Aurrera (Avenida Central / Los Ángeles / Valle de Aragón)	$8	Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Miramontes / Multiplaza Arboledas / Pirules / Plaza Aragón / Plaza Oriente / Tepeyac / Villa Coapa)	$7	Bodega Aurrera / Walmart (Cola de Ballena)			$8	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)		
Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **Aurrera** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Bodega Aurrera (Av. Central / Los Ángeles / Valle de Aragón)	$8	Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Miramontes / Multiplaza Arboledas / Pirules / Plaza Aragón / Plaza Oriente / Satélite / Tepeyac / Villa Coapa)	$7	Bodega Aurrera	$8	Walmart (Cola de Ballena)	$8	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)		
Atún aleta amarilla desmenuzado en agua **Hipermart** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Mercado Soriana (Cd. Azteca)	$9	Soriana (Iztapalapa) / Mercado Soriana Express	$7	Soriana Plaza (La Paz)	$8	Soriana Hiper (Plaza Paseo) / Soriana Súper (Camino Real / Mezquitito)	$8	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta) / Soriana Súper (669 Plaza Muñoz / Chapultepec)		
Atún aleta amarilla en agua desmenuzado **Ancla** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Bodega Aurrera (Ferrocarril Hidalgo)	$12	Chedraui (Atizapán / Coapa / Neza Norte / Universidad) / Soriana (Aragón) / Súper Chedraui	$7	Soriana Hiper (Plaza Paseo) / Soriana Plaza (La Paz) / Soriana Súper (Camino Real / Mezquitito)	$12	Chedraui	$7	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta) / Soriana Súper (669 Plaza Muñoz)	$11	Súper ISSSTE
Atún aleta amarilla en hojuelas en agua **Soriana** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$10	Mercado Soriana (Atizapán / Cd. Azteca) / Soriana (Cuitláhuac / Iztapalapa / La Villa / Mixcoac / Tacubaya)			$10	Soriana Plaza (La Paz)			$10	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta / Chapultepec)		
Atún aleta amarilla en agua desmenuzado **Marinero** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$7	Sahuayo	$10	Waldo's Mart	$8	Aliser (Ladrillera)	$11	Aliser (Calandrio / Guillermo Prieto / Indeco / Santa Fe)	$6	Súper Abarrotes Eco	$7	Impulsora Sahuayo
Atún aleta amarilla en agua light desmenuzado **Chedraui D'Calidad** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada90 g	$7	Chedraui (Atizapán / Coapa / Mundo E / Neza Norte / Universidad / Zaragoza) / Súper Chedraui			$7	Chedraui (Colima)	$7	Chedraui	$7	Chedraui		
Atún aleta amarilla desmenuzado en agua con aceite **Ke Precio** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Bodega Comercial Mexicana (Center Plaza Aragón) / Mega Comercial Mexicana (Pilares) / Sumesa (Oaxaca)	$8	Comercial Mexicana	$7	Mega Comercial Mexicana (La Paz)			$7	Bodega Comercial Mexicana (Los Pinos) / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)		
Atún Aleta amarilla en aceite en hojuelas **El Dorado** / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 100 g	$8	Mercado Soriana (Atizapán)	$12	IMSS (No. 61 / Tequesquinahuac / Villa Coapa No. 7)	$8	Ley (5 de Mayo) / Ley Express (El Dorado / Paraiso del Sol)	$16	Go Martek	$7	Súper ISSSTE	$8	Comercializadora Guel000 de México (3)
Atún aleta amarilla en aceite desmenuzado **Chedraui D'Calidad** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 90 g	$7	Chedraui (Atizapán / Coapa / Mundo E / Neza Norte / Zaragoza) / Súper Chedraui			$7	Chedraui (Colima)			$7	Chedraui		
Atún aleta amarilla desmenuzado en aceite **Hipermart** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 90 g	$7	Mercado Soriana (Ciudad Azteca)	$9	Mercado Soriana Express / Soriana (Cuitláhuac / Iztapalapa)	$8	Soriana Hiper (Plaza Paseo) / Soriana Plaza (La Paz) / Soriana Súper (Camino Real)			$8	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta) / Soriana Súper (669 Plaza Muñoz / Chapultepec)		
Atún aleta amarilla en aceite desmenuzado Ancla / México / Cont. Net. 140 g masa drenada 90 g	$7	Soriana (Cuitláhuac / Iztapalapa / Tacubaya) / Soriana Súper (Viaducto) / Supermercado DZ / Supermercado Mayorista DZ	$12	Chedraui (Atizapán / Coapa / Mundo E / Neza Norte / Universidad) / Soriana (Aragón / Miramontes)	$7	Soriana Súper (Mezquitito) / Soriana Plaza (La Paz) / Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$12	Chedraui	$7	Soriana Hiper (168 / 193 Tangamanga / El Paseo / Glorieta) / Soriana Súper (669 Plaza Muñoz / Chapultepec)	$11	Súper ISSSTE
ATÚN EN TROZOS												
Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Dolores** / México / Cont. Net. 85 g masa drenada 80 g	$10	Mercado Soriana Express / Abarrotes Casa Vargas	$14	Soriana	$11	Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$14	Oxxo (16 de Septiembre / América / Camino Real / Colima / Constituyente / Cortínez / Dorado / Durango / El Calandrio / El Palmar / Forjadores / Jalisco / Mercado / Padre Kino / Panteón / Paraiso del Sol / Pino Payas / Pueblo Nuevo / San Lorenzo / Universidad / Yucatán)	$12	Bodega Aurrerá (Carretera Río Verde) / HEB / Bodega Aurrerá (Reforma)		Oxxo (Albino García / Amado Nervo / Himalaya / La Loma / Paseo Campestre / Rinconada / Sierra Leona) / Soriana Súper (Chapultepec)
Atún aleta amarilla en agua light en trozos **Tuny** / México / Cont. Net. 85 g masa drenada 80 g	$9	Superama (División del Norte / Homero)	$17	Súper City	$10	Walmart (Cola de Ballena)	$14	Farmacias Benavides	$10	Chedraui / Walmart (Muñoz / Tangamanga)	$17	Soriana Súper (Chapultepec)
Atún aleta amarilla en aceite en trozos **Tuny** / México / Cont. Net. 85 g masa drenada 80 g	$10	Walmart (Plaza Aragón / Plaza Oriente)	$17	Súper City	$10	Chedraui / Walmart (Cola de Ballena)	$17	Soriana Súper (Camino Real)	$10	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)	$17	Soriana Súper (Chapultepec)
Lomo de atún aleta amarilla en agua en trozos **Hérdez** / México/ Cont. Net. 130 g masa drenada 90 g	$9	Comercial Mexicana (Ermita)	$16	Zorro (Ze2)	$10	Chedraui (Colima)	$18	Minisúper Yee	$9	Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$17	Súper Pepe
Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Hérdez** / México / Cont. Net. 130 g masa drenada 90 g	$8	Comercial Mexicana (Ermita)	$15	Súper Mercado del Bajío	$10	Chedraui	$16	Súper Mercado Aramburo (16 de Septiembre / Forjadores / Madero)	$9	Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$16	Súper Pepe
Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Marina Azul** / México / Cont. Net. 74 g masa drenada 70 g	$14	Mega Comercial Mexicana (Mixcoac)	$16	Súper City / 7 Eleven (1818)	$14	Chedraui (Colima) / Walmart (Cola de Ballena)	$17	Farmacia Benavides (Sucursal Metropolitana)	$13	HEB	$15	Soriana Súper (669 Plaza Muñoz)
Lomo de atún aleta amarilla en aceite de oliva extra virgen en trozos **Marina Azul** / México / Cont. Net. 74 g masa drenada 70 g	$14	Walmart (Villa Coapa)	$19	Soriana (Aragón)	$15	Walmart (Cola de Ballena)	$20	Ley Express (Paraiso del Sol) / Ley (5 de Mayo)	$15	HEB	$19	Soriana Súper (669 Plaza Muñoz)
Lomo de atún aleta amarilla en aceite de oliva en trozos **Dolores Premium** / México / Cont. Net. 85 g masa drenada 80 g	$12	Superama (Lindavista)	$17	Soriana (Tacubaya) / Soriana Súper (Viaducto) / Superama (División del Norte / Homero / Parque Polanco)	$14	Oxxo (Altamirano / Puesta del Sol / Sinaloa)	$16	Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$12	Súper Pepe	$17	Soriana Súper (669 Plaza Muñoz / Chapultepec) / Superama
Lomo de atún aleta amarilla en aceite en trozos **Nutri atún** / México / Cont. Net. 74 g masa drenada 70 g	$12	Bodega Comercial Mexicana (Santa María La Ribera / Tacuba / Zaragoza) / Comercial Mexicana (Ermita / La Villa / Villa Coapa)	$12	Comercial Mexicana (Aragón) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Rojo Gómez)	$11	Ley (5 de Mayo) / Ley (Las Garzas)			$12	Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta)		

*No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.
Nota: La dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, la puede solicitar al teléfono 55-68-87-22 en el D.F. o de cualquier otro lugar de la República Mexicana, al 01-800-468-87-22. Para cualquier duda envíe un correo a quienesquien@profeco.gob.mx.

Precios mínimos y máximos de atún envasado en la ciudad de México y Zona Metropolitana, La Paz y San Luis Potosí

Precios levantados del 26 al 30 de enero de 2015

Denominación / **marca** / procedencia / Presentación	Ciudad de México y Zona Metropolitana				La Paz				San Luis Potosí			
	Precio mínimo o único	Tienda (Sucursal)	Precio máximo	Tienda (Sucursal)	Precio mínimo o único	Tienda (Sucursal)	Precio máximo	Tienda (Sucursal)	Precio mínimo o único	Tienda (Sucursal)	Precio máximo	Tienda (Sucursal)
ATÚN COMPACTO O SÓLIDO												
Atún aleta amarilla compacto en aceite vegetal **Cabo de Peñas** / España / Cont. Net. 111 g Masa Drenada 72.5 g	$22	Walmart (Pirules / Plaza Aragón / Plaza Ecatepec / Plaza Oriente)							$22	Walmart (Carretera 57 / Muñoz)	$23	Superama
Filetes de atún aleta amarilla en aceite de oliva Ventresca Sólido **Dolores Premium**/ México/ Cont. Net. 120 g Masa Drenada 100 g	$50	Mega Comercial Mexicana (Pilares)	$55	Soriana Súper (Viaducto)	$50	Mega Comercial Mexicana (La Paz) / Ley (Las Garzas)	$54	Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$50	Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$52	Soriana Hiper (193 Tangamanga)
Atún aleta amarilla sólido en aceite de oliva **Ortiz El Velero** / España / Cont. Net. 112 g Masa Drenada 82 g	$44	ISSSTE (110)	$59	Sumesa (Oaxaca) / Mega Comercial Mexicana (Mixcoac)					$40	HEB	$48	Superama
Atún blanco en aceite de oliva compacto **Palacio de Oriente** / España / Cont. Net. 111 g Masa Drenada 72 g	$48	Tienda UNAM (02)	$51	ISSSTE (110)					$50	Superama / Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)	$51	HEB
Atún aleta amarilla claro en aceite de oliva compacto **Vigilante** / España / Cont. Net. 115 g Masa Drenada 76 g	$49	Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Pirules / Plaza Ecatepec / Plaza Oriente / Satélite)	$51	Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Mixcoac) / Sumesa (Oaxaca)					$49	Chedraui / Walmart (Muñoz / Tangamanga)	$53	Oxxo (Amado Nervo / Cumbres / Himno Nacional / La Loma / Sierra Vista)
Atún blanco compacto en aceite de oliva **World Table** / España / Cont. Net. 230 g Masa Drenada 150 g*												
Atún aleta amarilla compacto en aceite de oliva **Cabo de Peñas** / España / Cont. Net. 111 g Masa Drenada 72.5 g	$37	Walmart (Cuitláhuac / Miramontes / Pirules / Plaza Ecatepec / Plaza Oriente / Villa Coapa)	$38	Superama (Girasoles)					$37	Walmart (Carretera 57 / Muñoz / Tangamanga)	$38	Superama
Lomo de atún aleta amarilla sólido en agua light **Tuny Línea Gourmet** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 100 g	$20	Soriana (Tacubaya)	$21	Sumesa (Oaxaca) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas)					$20	Chedraui / Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta) / Mega Comercial Mexicana (Tangamanga) / Walmart (Muñoz)	$21	Soriana Hiper (193 Tangamanga)
Lomo sólido de atún aleta amarilla en aceite de oliva **Dolores Premium** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 108 g	$24	Comercial Mexicana (Aragón / Ermita / Satélite / Villa Coapa) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Coapa / Pilares)	$25	Superama (División del Norte / Girasoles / Homero / Parque Polanco) / Walmart (Copilco / Cuitláhuac / Lomas / Miramontes / Pirules / Plaza Ecatepec / Satélite / Tepeyac)					$25	HEB / Superama / Walmart (Muñoz / Tangamanga)		
Lomo de Atún aleta amarilla sólido en aceite **Tuny Línea Gourmet** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 100 g	$20	Soriana (Tacubaya)	$21	Sumesa (Oaxaca) / Mega Comercial Mexicana (Arboledas)	$20	Mega Comercial Mexicana (La Paz)	$21	Chedraui (Colima)	$20	Mega Comercial Mexicana (Tangamanga) / Walmart (Muñoz / Tangamanga)	$21	Soriana Hiper (193 Tangamanga)
Lomo sólido de atún aleta amarilla en agua **Dolores Premium** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 108 g	$19	Comercial Mexicana (Ermita)	$21	Soriana Súper (Viaducto)	$19	Mega Comercial Mexicana (La Paz)	$21	Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$19	Comercial Mexicana (19 Plaza Fiesta)	$21	Soriana Súper (Chapultepec)
Lomo sólido de atún aleta amarilla en **aceite Dolores Premium** / México / Cont. Net. 140 g Masa Drenada 108 g	$19	Comercial Mexicana (Ermita)	$21	Soriana Súper (Viaducto)	$20	Soriana Hiper (Plaza Paseo)	$20	Ley (5 de Mayo / Las Garzas) / Ley Express (Camino Real / El Dorado / Paraíso del Sol)	$19	Mega Comercial Mexicana (Tangamanga)	$21	Soriana Súper (Chapultepec)
Atún Barrilete en aceite vegetal refinado (No declara presentación) **Palacio de Oriente** / España / Cont. Net. 80 g Masa Drenada 52 g	$25	Walmart (Lomas / Miramontes / Plaza Oriente / Satélite / Villa Coapa)										
Atún blanco en aceite de oliva sólido **Ortiz El Velero** / España / Cont. Net. 270 g Masa Drenada 200 g*												
Ventresca de atún claro atún aleta amarilla en aceite de oliva **Tuny Línea Gourmet** / España / Cont. Net. 111 g Masa Drenada 80 g	$46	Comercial Mexicana (El Dorado) / Mega Comercial Mexicana (Coapa / Mixcoac) / Sumesa (Arboledas)	$49	Soriana (Coapa / Parque Delta)	$46	Mega Comercial Mexicana (La Paz)						

*No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.

Nota: La dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, la puede solicitar al teléfono 55-68-87-22 en el D.F. o de cualquier otro lugar de la República Mexicana, al 01-800-468-87-22. Para cualquier duda envíe un correo a quienesquien@profeco.gob.mx.

MOVER MÉXICO

CONOCE Y DESCARGA LA NUEVA APP DEL PROGRAMA

QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS

Available on iTunes

GET IT ON Google play

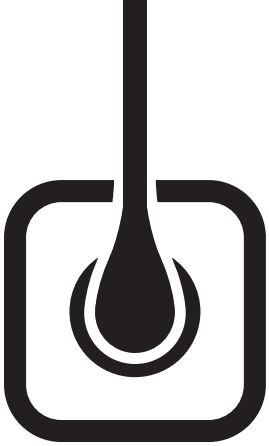
PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Esta es la nueva Profeco,
la Defensora del Consumidor.

CARGADORES PORTÁTILES AUXILIARES
PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

AIRE PURO
PARA TU CELULAR

Se acabaron las histerias por buscar y no encontrar dónde recargar la pila de tu hermoso pero demandante teléfono inteligente. Buscamos las opciones de cargadores auxiliares que hay en el mercado nacional; con seguridad hay alguno para ti



Ironías de la vida: nuestra primera necesidad fue estar accesibles. Ahora lo es que la pila de nuestros dispositivos portátiles llegue a las 7 de la tarde. ¿Por qué? Porque en este mundo hiperconectado a través de nuestros teléfonos —*smartphones*— o tabletas electrónicas, quedarnos sin batería implica perder comunicación, ya no poder recibir o enviar mensajes o contestar correos electrónicos necesarios en nuestras actividades cotidianas. Esto puede significar perder dinero, la amistad de alguien, el amor de nuestra vida —y las crisis de doble flecha azul en Whatsapp no nos dejan mentir.

Por esto es altamente recomendable contar con accesorios que nos permitan alargar la autonomía de la batería de nuestros dispositivos, más cuando no tenemos a la mano un tomacorriente o por conveniencia lo hemos dejado en casa o en la oficina.

Para nuestra fortuna, la industria ofrece hoy en día muchas opciones: pequeños cargadores portátiles que en sí mismos pueden almacenar energía como cualquiera batería para que, cuando se necesite, transferirla a un dispositivo electrónico móvil.

En el mercado nacional se encuentra una variedad de estos cargadores portátiles auxiliares, la mayoría con un precio bastante accesible y con la ventaja de ser sumamente ligeros y pequeños.

Como es de esperarse, el desempeño que te brindan es distinto en cada modelo –aunque puedan tener dimensiones similares–, ya que algunos sólo son adecuados para cargar *smartphones* pero no tabletas electrónicas; mientras que otros pueden llegar a ofrecerte múltiples recargas. Es por lo anterior que el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dio a la tarea de probar estos **cargadores portátiles auxiliares** para informarte sobre su nivel desempeño y características.

EL ESTUDIO

Se analizaron 15 cargadores portátiles auxiliares, todos ellos funcionan con un cable USB, tanto para alimentarse y almacenar energía, como para luego suministrar esta a un dispositivo electrónico móvil —*smartphone* o tableta.

DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS APLICADAS

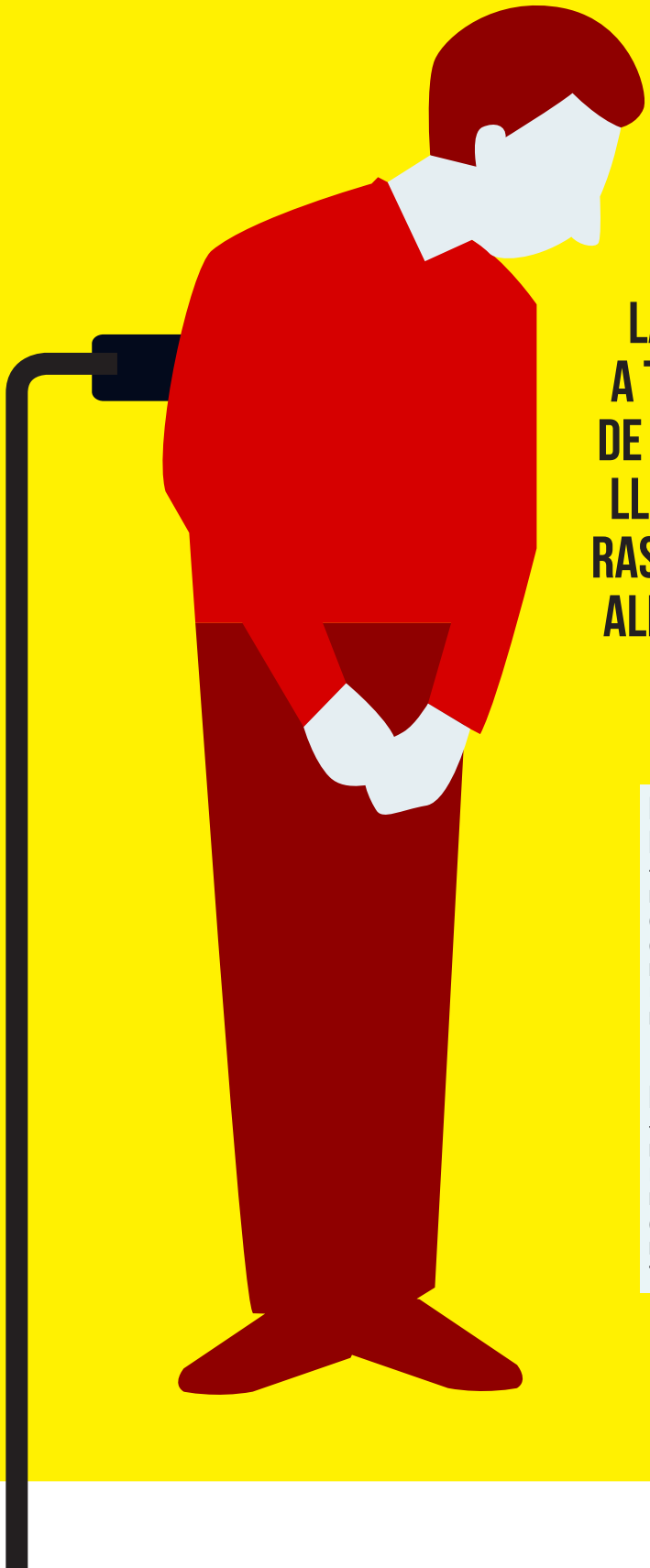
Hemos aplicado cuatro pruebas a todos los cargadores portátiles auxiliares, mismas que te explicamos a continuación:

Energía total almacenada. Primero conectamos cada modelo de cargador portátil auxiliar mediante su propio cable a un puerto USB de una computadora hasta que almacenó su carga máxima de energía. Posteriormente lo colocamos en un banco de pruebas que nos permitió descargarlo de manera continua, midiendo al mismo tiempo la corriente eléctrica que entregaba, hasta que dejó de suministrar energía eléctrica. Con este método determinamos la cantidad de energía eléctrica promedio que logra almacenar cada modelo y que corresponde, a su vez, a la energía total que se puede usar para cargar distintos dispositivos electrónicos móviles. Esta energía la expresamos en amperes-hora (Ah) y para tu referencia debes saber que siempre un valor mayor es mejor.

Nivel de carga aproximado. Hemos usado distintos modelos de tabletas electrónicas y *smartphones* para relacionar la energía total almacenada –obtenida en la prueba anterior– con el nivel de carga que logra suministrar cada modelo de cargador portátil auxiliar a dichos dispositivos. En la tabla de resultados te damos un cuadro con los niveles de carga aproximados, dato útil que debes considerar a la hora de seleccionar tu cargador portátil auxiliar.

Características y atributos. Te informamos las principales ventajas físicas de cada modelo analizado.

Información al consumidor. Todos los modelos ofrecen instructivos y, en algunos casos, una garantía que, por lo general, está limitada a 90 días o menos.



LA RECARGA DE ENERGÍA A TRAVÉS DEL PUERTO USB DE TU COMPUTADORA PUEDE LLEVARTE ENTRE 3 Y 5 HORAS, CON UNA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO DE 1 A 2 AMPERES-HORA

NORMATIVIDAD Y MÉTODOS DE PRUEBA

NOM-024-SCFI-2013. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida.
NMX-J-160/1-ANCE-2005 Pilas Eléctricas - Parte 1: Requisitos generales.

FICHA TÉCNICA

Fecha de realización del estudio: 12 de diciembre de 2014 al 13 de enero de 2015
Periodo del muestreo: 12 al 15 de diciembre de 2014
Marcas / modelos analizados: 11 / 15
Total de pruebas / ensayos: 60 / 570

CARGADORES PORTÁTILES AUXILIARES PARA DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS MÓVILES

$594.00

TP-LINK *TL-PB10400 / 240 g* *China*		**Garantía** / *no ofrece*
Energía total almacenada (1)		6.34 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7"	2 cargas
	Tablet 10"	1 carga
	Smartphone	3 cargas
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Prisma rectangular 43.4 x 88.6 x 43.4
Resaltamos		
Función como lámpara LED; indicadores luminosos de nivel de carga; salida USB de carga rápida y una más para carga lenta.		

$399.00

Mobo *Y202 / 121 g* *China*		**Garantía** / *3 meses*
Energía total almacenada (1)		4.17 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7"	1.3 cargas
	Tablet 10"	1/2 carga
	Smartphone	2 cargas
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Cilindro ovalado 46.4 x 92 x 25.2
Resaltamos		
Función como lámpara LED; indicadores luminosos de nivel de carga; 1 salida USB.		

$349.00

Net-it *60016 / 139 g* *China*		**Garantía** / *1 año*
Energía total almacenada (1)		2.76 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7"	2/3 carga
	Tablet 10"	1/3 carga
	Smartphone	1 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Prisma rectangular 80.5 x 80.5 x 29.5
Resaltamos		
Indicadores luminosos de nivel de carga; salida USB de carga rápida y una más para carga lenta.		

$379.00

Unu *Enerpak Micro / 67 g* *China*		**Garantía** / *(está en inglés)*
Energía total almacenada (1)		2.29 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7"	2/3 carga
	Tablet 10"	1/3 carga
	Smartphone	1 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tubo rectangular 30 x 90 x 21
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

$799.00

Sony *CP-F5(B) / 151 g* *China*		**Garantía** / *3 meses*
Energía total almacenada (1)		3.51 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	Completa
	Tablet 10″	1/2 carga
	Smartphone	1.5 cargas
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tipo cartera 69 x 128 x 9
Resaltamos		
Indicadores luminosos de carga y descarga; 1 salida USB.		

$449.00

Radioshack *2302181/120 g* *China*		**Garantía** / *3 meses*
Energía total almacenada (1)		3.4 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	Completa
	Tablet 10″	1/2 carga
	Smartphone	1.5 cargas
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Prisma rectangular 44 x 102 x 22.7
Resaltamos		
Función como lámpara LED; función de apuntador láser; indicadores luminosos de nivel de carga; 1 salida USB.		

$379.00

Sony *CP-V3A (B) / 86 g* *China*		**Garantía** / *3 meses*
Energía total almacenada (1)		2.07 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	2/3 carga
	Tablet 10″	1/3 carga
	Smartphone	1 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Cilindro ovalado 38 x 99 x 19.17
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

$359.00

Sony *CP-V3/RC* *China*		**Garantía** / *3 meses*
Energía total almacenada (1)		1.816 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	2/3 carga
	Tablet 10″	1/3 carga
	Smartphone	1 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Cilindro ovalado 38 x 99 x 19.17
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

Notas:
El precio de cada modelo durante el periodo de muestreo en la segunda semana de diciembre de 2014.
(1) Corresponde a la máxima cantidad de energía que logra almacenar en un ciclo de carga para luego suministrarla a un dispositivo móvil (se expresa en amperes-hora).
Un valor mayor es mejor, porque representa mayor cantidad de energía eléctrica almacenada con una sola carga.

(2) Corresponde al nivel de carga aproximado que logra suministrar el cargador al dispositivo móvil indicado. Por existir amplia variedad de dispositivos móviles con distintas capacidades de carga en su batería interna, el resultado aquí expuesto es sólo una referencia que podría aumentar o disminuir, dependiendo del modelo de dispositivo que le conectes al cargador portátil auxiliar.

CARGADORES PORTÁTILES AUXILIARES PARA DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS MÓVILES

$270.00

Mobo *PB11 / 67 g* *China*		**Garantía /** *3 meses*
Energía total almacenada (1)		1.81 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	2/3 carga
	Tablet 10″	1/3 carga
	Smartphone	1 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tubo triangular 21 x 89 x 26
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

$359.00

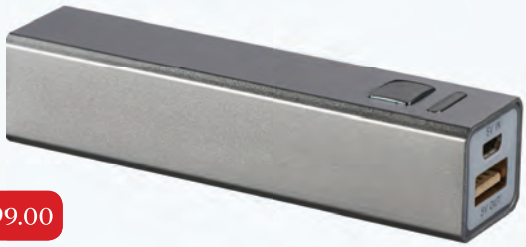
Urge *UG-PS2-RED / 67 g* *China*		**Garantía /** *no ofrece*
Energía total almacenada (1)		1.32 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	1/2 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Cilindro 21 x 92
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

$489.00

Monster *Powercard / 49 g* *China*		**Garantía /** *3 meses*
Energía total almacenada (1)		0.97 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	1/2 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tipo cartera 54.4 x 87.1 x 6.7
Resaltamos		
Indicadores luminosos de nivel de carga; 1 salida USB.		

$259.00

Xtreme *88380 / 64 g* *China*		**Garantía /** *3 meses*
Energía total almacenada (1)		0.55 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	Sólo para celulares básicos (Celulares no inteligentes cuya pantalla es pequeña –no es touch– y que incluyen teclado físico)
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tubo rectangular 25 x 96 x 22
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		



$199.00

Power Bank *MAC-PB1 / 70 g* *China*		**Garantía** / *no ofrece*
Energía total almacenada (1)		1 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	1/2 carga
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tubo rectangular 21 x 94 x 22
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

Notas:
El precio de cada modelo durante el periodo de muestreo en la segunda semana de diciembre de 2014.

(1) Corresponde a la máxima cantidad de energía que logra almacenar en un ciclo de carga, para luego suministrarla a un dispositivo móvil (se expresa en Amperes-hora). Un valor mayor es mejor, porque representa mayor cantidad de energía eléctrica almacenada con una sola carga.

(2) Corresponde al nivel de carga aproximado que logra suministrar el cargador al dispositivo móvil indicado. Por existir amplia variedad de dispositivos móviles con distintas capacidades de carga en su batería interna, el resultado aquí expuesto es sólo una referencia que podría aumentar o disminuir dependiendo del dispositivo al que le conectes el cargador portátil auxiliar.

(3) No recomendamos su uso en estos dispositivos, debido a que el nivel de carga suministrado es muy limitado o incluso el cargador portátil podría protegerse y dejar de funcionar.

$389.00

iHome *IH-CT213U / 70 g* *China*		**Garantía** / *no ofrece*
Energía total almacenada (1)		menor a 0.5 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	Sólo para celulares básicos (Celulares no inteligentes cuya pantalla es pequeña –no es touch– y que incluyen teclado físico)
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Cilindro 21.8 x 91.3
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

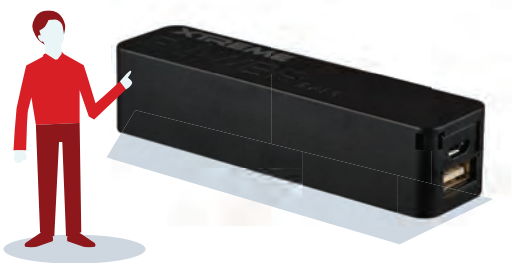
$169.00

Net-it *Mod 60015 / 69 g* *China*		**Garantía** / *1 año*
Energía total almacenada (1)		menor a 0.5 Ah
Nivel de carga aproximado (2)	Tablet 7″	(3)
	Tablet 10″	(3)
	Smartphone	Sólo para celulares básicos (Celulares no inteligentes cuya pantalla es pequeña –no es touch– y que incluyen teclado físico)
Forma y dimensiones (ancho o diámetro x largo x alto en mm)		Tubo rectangular 22 x 95 x 21
Resaltamos		
Indicador luminoso de encendido; 1 salida USB.		

CONCLUSIONES GENERALES

◗ Todos los modelos analizados incluyen un cable tipo "**USB-micro USB**" que permite la recarga del auxiliar portátil auxiliar a través de un puerto USB de una computadora.

◗ Este mismo cable permite conectar el cargador portátil auxiliar con la gran mayoría de tabletas y teléfonos celulares actuales para suministrarles energía. Dispositivos móviles con entradas distintas al "micro-USB" -como el iPhone, la iPad y algunas tablet Galaxy Tab-, requiere de un cable USB especialmente diseñado para dicha entrada —USB-Lightning o el USB-30 pines).



◗ Salvo el modelo 88380 de Xtreme, el resto de los cargadores portátiles auxiliares NO incluyen el adaptador –cargador de pared– para conectarlas directamente a un tomacorriente (contacto eléctrico); pero lo puedes adquirir por separado, con lo cual podrás recargar más rápido tu auxiliar portátil -sólo asegúrate que su salida sea tipo USB con una capacidad preferentemente de 2 amperes. Otra opción es adquirir un multicontacto con salida USB.

◗ Recargar tu auxiliar portátil a través de un puerto USB de una computadora puede llevarte entre 3 y 5 horas en los modelos que en la tabla de resultados te ofrecen una capacidad de almacenamiento de 1 Ah a 2 Ah. Los modelos que te ofrecen mayor capacidad requieren entre 4 y 8 horas, incluso. **Pero si empleas un cargador de pared conectado a un tomacorriente, la recarga se reduce a un periodo de entre 2 y 4 horas, aproximadamente, para casi la mayoría de los modelos.**

◗ El modelo **TL-PB10400** de la marca TP-LINK resultó ser el más capaz; sus únicas desventajas son el tamaño y el peso, notablemente mayores si se les compara con los modelos más pequeños.

◗ 4 modelos te ofrecen el mejor desempeño: TL-PB10400 de la marca TP-LINK, Y202 de la marca Mobo, CP-F5 (B) de la marca Sony y el 2302181 de la marca Radioshack.

◗ 3 modelos no lograron ser adecuados para cargar *smartphones* ni tabletas —no pudieron suministrar carga alguna—, sólo son adecuados para cargar –en una emergencia- un teléfono celular no inteligente, cuya pantalla es pequeña (no es *touch*) y que incluye teclado físico. Por su precio y desempeño limitado, valora si en realidad te podrían ser de útilidad.

RECOMENDACIONES DE USO

◗ Todos los modelos presentan dos conectores: una salida USB —la más grande—, que se emplea para conectarla con el *smartphone* o la tableta —por lo general en su entrada micro-USB. El otro, es una entrada micro-USB para cuando necesites recargar tu cargador portátil auxiliar —el conector USB lo deberás conectar a un puerto USB de una computadora o a un cargador conectado a un tomacorriente y que tenga una salida USB.

◗ Cuando uses tu cargador portátil auxiliar, ponlo a cargar en cuanto te sea posible, para mantenerlo en buen estado —que no se degrade su capacidad de almacenamiento de energía— así, lo tendrás listo para cuando te haga falta.

◗ No dejes tu cargador portátil auxiliar al alcance de las niñas y los niños, ya que por su forma y colores, parecieran ser juguetes, y un mal uso de los mismos pueden generar una situación de riesgo: no los expongas al calor directo del sol o cercano a estufas, no los introduzcas en agua, evita que sus conectores entren contacto con metales como los clips.

AGUA BLANCA
DE ITURBIDE, HIDALGO

Para llegar

- Tiempo estimado del Distrito Federal a Agua Blanca, 2 horas y media
- De Tulancingo a Agua Blanca, 40 minutos
- De Pachuca a Agua Blanca, 1 hora 15 minutos

Para saber más, consulta **aguablanca.hidalgo.gob.mx**

Al noreste de Tulancingo, este poblado se conocía en el siglo XIX como “La trementina” por estar ubicado en una zona intensamente boscosa; su nombre actual Agua Blanca, se debe al gran número de manantiales que aún conserva y que son parte de su atractivo. Allá encontrarás uno de los dos globopuertos ubicados en ese estado

NO OLVIDES CONOCER

1 Presa y laguna de Chichicaxtle, pesca y paseos en lancha

2 Cascada El salto de las golondrinas
Visita los miradores con 80 metros de altura y practica senderismo, cabalgata y campismo

3 Piedra de San Martin, punto de reunión de geólogos que atrae también a aventureros

4 Pinturas rupestres del Ejido de Calabazas. Llega por el camino a la comunidad de Rosa de Castilla

5 En domingo se sirve barbacoa de horno en el mercado municipal

6 Puedes hospedarte en el hotel Agua Blanca o en el Posada, ambos en la avenida Felipe Ángeles del centro

Lámpara de botella

Para cortar las botellas de vidrio

Materiales

- botellas de vino vacía
- 40 cm de hilo de cáñamo —lo consigues en tlapalerías
- 20 ml de alcohol desnaturalizado
- 1 hoja de lija para metal —del número 80, aproximadamente

Herramienta y equipo de seguridad

- Tijeras
- Tabla de madera
- Cubeta de plástico con capacidad de 15 l
- Gafas de seguridad
- Guantes de seguridad
- Guantes para manipular objetos calientes —de cocina
- Trapo limpio para secar

Para hacer una pantalla de lámpara

Materiales

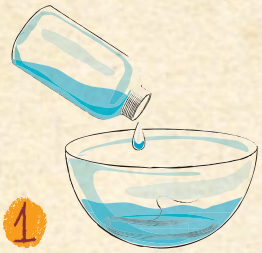
- 30 cm de alambre galvanizado
- 1 argolla para llavero
- Pegamento de silicón
- 35 cm de cordón eléctrico dúplex calibre 16 —lo consigues en tlapalerías
- 1 portalámpara socket —sencillo, de baquelita

Herramientas

- Pinzas de electricista o de punta
- Cutter o exacto
- Cinta de aislar
- Destornillador plano
- Guantes de seguridad

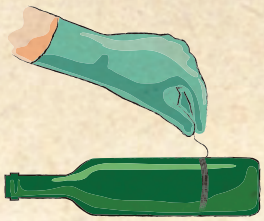
En todas las **Tecnologías Domésticas Profeco** se consideran las siguientes equivalencias:
1 cucharada (tablespoon) = 15 ml
1 cucharadita (teaspoon) = 5 ml
1 taza = 250 ml

Procedimiento
Para cortar las botellas de vidrio

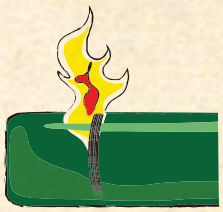


1 Vierte el alcohol en una flanera y sumerje el hilo

2 Retira el hilo; exprime un poco para quitar el exceso de alcohol y colócalo alrededor de la botella a la altura que desees hacer el corte. Para fijarlo, haz un nudo que no quede apretado y colócalo sobre la tabla de madera

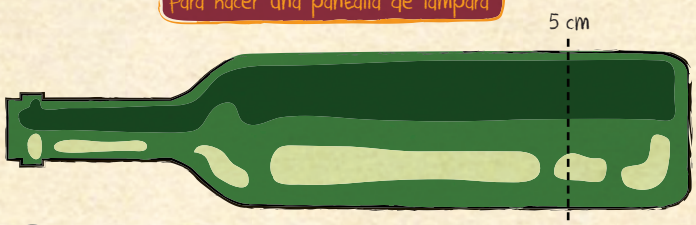


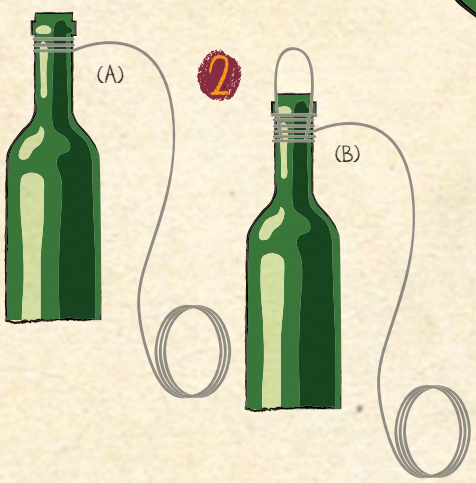
3 Acerque la flama del encendedor al hilo impregnado de alcohol y permita que se encienda. Por razones de seguridad, es importante que la flanera con el resto del alcohol se encuentre suficientemente lejos



Procedimiento
Para hacer una pantalla de lámpara

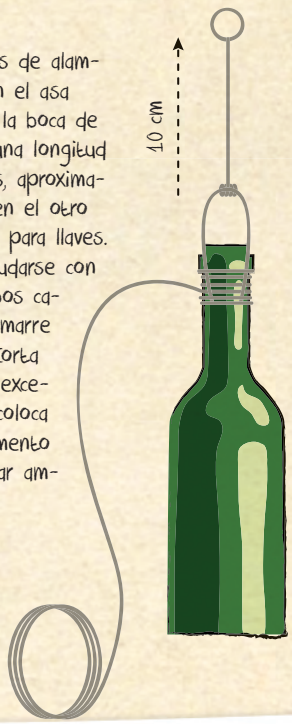
1 El corte en la botella se debe hacer aproximadamente a 5 centímetros de la base, siguiendo los pasos descritos previamente.





(A) Enrolla un extremo del alambre galvanizado en el cuello de la botella, justo debajo de la boca o corona, dando tres vueltas. (B) Pasa el alambre por encima de la boca, de manera que se forme un asa y de nueva cuenta dé tres vueltas debajo de la boca. Corta el exceso de alambre y cubre con pegamento de silicón para fijarlo.

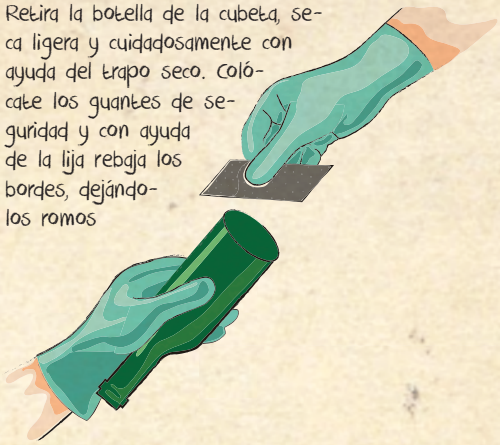
3 Enrolla dos vueltas de alambre galvanizado en el asa que se formó en la boca de la botella y deja una longitud de 10 centímetros, aproximadamente; enrolla en el otro extremo la argolla para llaves. Es importante ayudarse con las pinzas en ambos casos, para que el amarre quede apretado. Corta con las pinzas el exceso de alambre y coloca un poco de pegamento de silicón, para fijar ambos amarres.

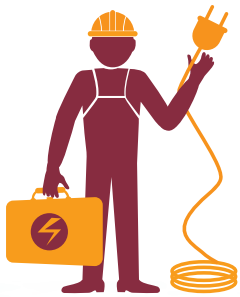


de vidrio

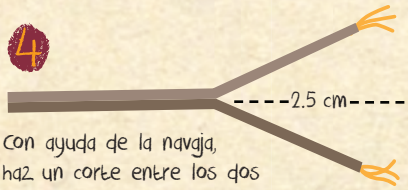
4 Permite que se queme por unos minutos y cuando veas que se va extinguiendo el fuego, ponte unos guantes para manipular objetos calientes; sumerje la botella completamente en la cubeta.

5 Retira la botella de la cubeta, seca ligera y cuidadosamente con ayuda del trapo seco. Colócate los guantes de seguridad y con ayuda de la lija rebaja los bordes, dejándolos romos





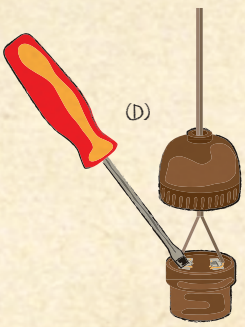
4



Con ayuda de la navaja, haz un corte entre los dos hilos del cordón eléctrico, y sepáralos aproximadamente 2.5 centímetros. Corta con cuidado el aislante que recubre cada cable y dale vueltas –a fin de enrollar el cable– y que vaya jalando. El interior del cable debe quedar descubierto.

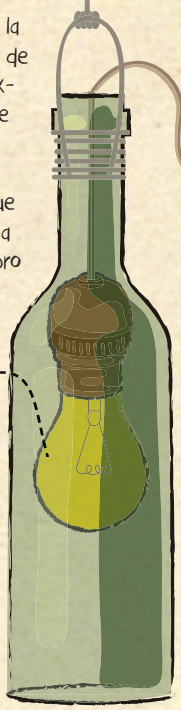
5 (C) Destapa el portalámpara –socket –, girando en sentido contrario de las manecillas del reloj y con ayuda del destornillador afloja uno de los tornillos. (D) Coloca el extremo desnudo del cable duplex alrededor del tornillo y con ayuda del destornillador apriétalo de modo que el cable quede sujeto firmemente. (F) Repite el paso en el otro polo del socket. Cubre ambos polos con cinta de aislar.

(C)

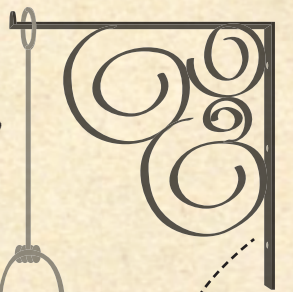


6 Pasa la tapa del portalámpara por el cable y tápalo girando en el sentido de las manecillas del reloj. Coloca el foco.

7 Introduce por la base cortada de la botella el extremo del cable dúplex que no tiene conexión y jálalo para que el foco quede a 5 cm del hombro de la botella.



8 Cuelga la lámpara de una ménsula o escuadra, a través de la argolla para llaves y realiza la conexión a la corriente de alimentación.



Recomendaciones

- Observa con cuidado que no haya contacto entre los cables desnudos en el socket, porque se provocaría un cortocircuito.
- Cuando lleves a cabo esta tecnología, vigila que no haya niños alrededor tuyo.

Tecnología amigable

El vidrio es un material 100% reciclable. Al hacer esta lámpara, contribuyes a disminuir el consumo de energía y la liberación de contaminantes que pueden serr esultado de la producción a partir de materiales vírgenes. Para que la iluminación que proyecte tu candelabro sea eficaz, recuerda sacudir con frecuencia tu botella transformada.

Fuente
http://promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/programas/dengue_12/Campanas_estatales/QuintanaRoo/manejoescuelas.pdf

Arcilla abundante

En el pasado, el vidrio se hacía sólo con arcillas. En el presente se emplean diferentes mezclas, una de las más frecuentes incluye sílice, cal, sosa dolomita, arcilla de aluminio y productos para el refinado. Aunque las arcillas son un material muy abundante en la Tierra, conviene siempre reciclar y evitar el desgaste de otros que no son tan comunes

Fuente
http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/137/html/sec_4.html

Pequeños Consumidores

Si Cenicienta fuera varón

Identifica en la siguiente historieta cómo se invierten los roles de género y compáralo con la historia de La Cenicienta tradicional. ¿Cuál de los dos te gusta más?

El príncipe Ceniciento pasaba los días limpiando y alzando todo lo que sus peludos hermanos ensuciaban

Así, los peludos se la pasaban en el antro Palacio, bailando con sus novias

¡Cómo me gustaría ir al antro palacio!

¡Si pudiera ser fuerte y peludo como mis hermanos!

¡Se cumplirán tus deseos!

¡Zíz bum bic boche, esta lata será un coche!

¡Dedo de rata salvaje, que tus harapos se conviertan en traje!

Ups!, Bueno mejor cumplimos tu deseo más importante

¡Fuerte y peludo serás!

¡chanclas! Lo bueno es que a las 12 seguro se romperá el hechizo

Ceniciento no tenía idea de su aspecto, ¡él se sentía tan guapo!

Así que se fue al antro Palacio a toda prisa

En vista de que no pudo entrar al antro Palacio,

¿A qué hora pasa el autobús?

¡AAAAHHHH!!

Ceniciento decidió ir a casa en autobús

Ceniciento era tan tímido que huyó tan rápido...

¡que hasta perdió los pantalones!

¡Espera!

Por suerte, en ese momento dieron las 12 de la noche y se rompió el hechizo

¡Puff!

¡Me has salvado!

Ella era nada más ni nada menos que la rica, hermosa y poderosa

Princesa Muchalana

quien de inmediato dio la orden de buscar por toda la ciudad al propietario de aquellos pequeños pantalones

La búsqueda llegó a casa de Ceniciento...

¡Que él se los pruebe!

¡Sí!

La princesa Muchalana, le propuso matrimonio al príncipe Ceniciento

El hada les dio una lección a los peludos y los convirtió en hadas domésticas al servicio de Ceniciento y la princesa

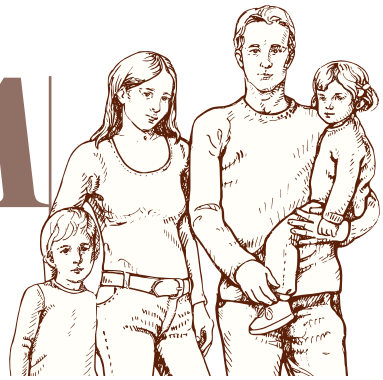
Y fueron ricos, famosos y felices para siempre

FIN

Gráfico: **Bruno Piña**

Fuente:
Historieta basada en el libro infantil El príncipe Ceniciento de Babette Cole.
Diponible en http://www.iimas.unam.mx/EquidadGenero/papers/GUIA_DE_ACTIVIDADES_DE_IGUALDAD.pdf

CRIANZA



EQUIDAD PARA NIÑOS

Ella: prudente, servicial, coqueta, sensible, cariñosa, atenta, delicada, dependiente y sumisa; **él**: audaz, independiente, firme, racional, ambicioso, agresivo, fuerte, valiente, dominante, y, sobre todo, carente de miedo y emociones: ¿dónde está la libertad?

El 20 de septiembre de 2014, la actriz británica Emma Watson –Hermionie Granger, en la saga de Harry Potter– dio un discurso ante la ONU con el cual se lanzó la campaña HeForShe, la cual extiende la invitación a niños y hombres a unirse por una sociedad más igualitaria. Haciendo un recuento de aquellas personas o actores sociales –escuelas, maestros, mentores, padres de familia–, a quienes llamó "embajadores de género" o "feministas invisibles", declaró que son ellos quienes desde la cotidianidad están cambiando el mundo al crear un ambiente en el que las niñas y niños crezcan sin limitaciones o imposiciones sociales de género para que puedan desarrollar sus capacidades al máximo; "Necesitamos más de esos", dijo.

Si bien la intención de la campaña va dirigida a mejorar las expectativas de las mujeres y niñas del mundo —a propósito del Día Internacional de la Mujer—, plantea el cuestionamiento sobre si estamos educando a nuestros niños como seres humanos libres para realizarse

plenamente y seguros de que sus ideas, emociones e individualidad serán respetados.

LIBERTAD DE GÉNERO

La necesidad de liberar a niñas y niños de estereotipos va mucho más allá del ideal de que se respeten los derechos de las mujeres: aquellos niños y jóvenes varones que no asuman la equidad es muy probable que la vayan a pasar bastante mal de adultos.

Según las investigaciones de la periodista estadounidense Hanna Rosin, el mundo está comenzando a pasar a manos femeninas, y esto ya comienza a afectar nuestra cultura."Los miles de años en los que los hombres dominaban el mundo ha llegado al final, créanlo o no".

A nivel global, de cada cinco graduados universitarios, tres son mujeres. En países como Estados Unidos las jóvenes ya están ganando más que los hombres de su edad y las mujeres ya ocupan más de la mitad del mercado laboral y son dueñas de más de 50% de la riqueza. Esto, de acuerdo con Rosin, es porque la economía ha pasado de ser manufacturera, para convertirse en una de servicios y de información. Las exigencias de hoy en día son: inteligencia, comunicación abierta, concentración y capacidad de escuchar y de operar en un lugar de trabajo mucho más fluido que antes, lo que ha transformado también forma de liderazgo. Antes, un líder era alguien reconocido por sus grandes hazañas, cuyas órdenes se obedecían en forma vertical; hoy es alguien capaz de fomentar la creatividad, la comunicación y el trabajo en equipo, eso las mujeres lo hacen bastante bien.

¿CUALIDADES EXCLUSIVAMENTE FEMENINAS?

Considerar los atributos del nuevo liderazgo como exclusivos de las mujeres es tan sexista como asumir que la inteligencia, la audacia y la fortaleza son privativos de los hombres. El problema parece radicar más bien en los gastados estereotipos masculinos que, lejos de empoderarlos, los limitan desde niños.

Una observación muy interesante del activista y padre de dos niños, Colin Stokes, sobre este tema es que las películas y el discurso feminista están siendo muy efectivos al enseñar a las

Fotograma Time Warner Company

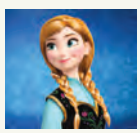
niñas cómo defenderse del patriarcado, no obstante, los niños no están aprendiendo cómo defenderse de dicho patriarcado.

El ejemplo utilizado es la película *El Mago de Oz* (1939), en la cual, además de que hay muy poca violencia –porque se realizó hace más de 75 años–, todos los personajes más sabios y poderosos son femeninos, incluyendo los antagónicos. La protagonista, Dorothy, no vence al mal peleando y matando, sino por hacer muchos amigos en Oz y convertirse en su líder. Un modelo digno de ser imitado.

La propuesta que deriva de esto es que mostremos a los niños –no sólo a las niñas– historias de heroínas y líderes cuyos logros se deben a que reúnen a las personas, y alentarlos a que se identifiquen y sigan a esas mujeres, porque, de hecho, es muy probable que en un futuro les toque estar en su equipo. También es importante presentarles modelos cuyo valor radique en la sabiduría compartida con otras personas, para ayudarlas a alcanzar su máximo potencial.

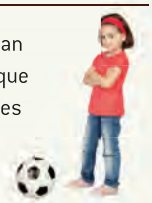
ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA PROMOVER LA EQUIDAD EN LOS PEQUEÑOS:

- Escoge libros y películas que no limiten a los protagonistas por su género: "**Frozzen"** (2013), **"Valiente"** (2012), ***Oliver Button es una nena*** de **Alfredo Gómez Cerda** y diversos libros de **Ann Collette**



- Promueve que tengan amistades de ambos sexos

- Permite que tus hijos elijan actividades deportivas que respondan a sus intereses y habilidades



- Propicia juegos de roles en los niños, los cuales son más frecuentes en las niñas; consisten en representar una situación real o hipotética, para ejemplificar un problema y proponer una salida

- El mejor ejemplo se da en casa: si mamá y papá se rolan las tareas –él participa en las tareas domésticas y ella se realiza profesional y económicamente, y viceversa– estarán dando una lección de lo que es vivir en igualdad

Entrevista:
Xóchitl González Muñoz, directora del centro Psicología para Niños

Para saber más:

· Mora, Ana Karen (28 de febrero de 2014) "*Frozen*: Disney por fin transmite igualdad de género". Consultado el 3 de febrero de 2015 en: http://unitedexplanations.org/2014/02/28/frozen-disney-por-fin-transmite-igualdad-de-genero/
· –.(20 de septiembre de 2014). "Emma Watson: La igualdad de género también es problema de ustedes". Consultado el 2 de febrero de 2015 en http://www.unwomen.org/es/news/stories/2014/9/emma-watson-gender-equality-is-your-issue-too
· Stokes, Colin (noviembre de 2012) "How movies teach manhood" https://www.ted.com/talks/colin_stokes_how_movies_teach_manhood
· Katz, Jackson (noviembre de 2012) "Violence against woman it is a man issue", Consultado el 2 de febrero de 2015 en https://www.ted.com/talks/jackson_katz_violence_against_women_it_s_a_men_s_issue
· Rosin, Hanna. (diciembre de 2010). "New data on the rise of women". Consultado el 2 de febrero de 2015 en https://www.ted.com/talks/hanna_rosin_new_data_on_the_rise_of_women

NUEVOS

CAPRICHOS

1 Livescribe 3 Smartpen

Pluma electrónica

Aunque las aplicaciones mejoran cada vez más la experiencia de escribir por largos ratos con el dedo y directo en la pantalla, poder conseguir una pluma electrónica que copie automáticamente en tu iPad lo que escribes en tu libreta es un lujo al que no nos podemos negar. Y además guarda audios. Irresistible.

http://store.livescribe.com/livescribe-3-smartpen.html

2 Plush Organs

Juguetes de peluche

Esta divertida colección de acoginados órganos de peluche fue calificada como parte de los mejores objetos presentados en la recién Feria Mundial del Juguete de Nueva York. Sus usos didáctico y terapéutico gustan a cualquiera que los abraza (nunca pensamos que la tiroides fuera tan graciosa).

http://iheartguts.com/collections/plush-organs

3 Apple Watch

Reloj inteligente

No fue en enero, ni en febrero, menos en marzo, sino en abril cuando, según los planes oficiales, el reloj inteligente de Apple saldrá a la venta en los primeros países, incluido México. Ojo: gracias a este anuncio otras opciones, como Pebble, bajaron de precio.

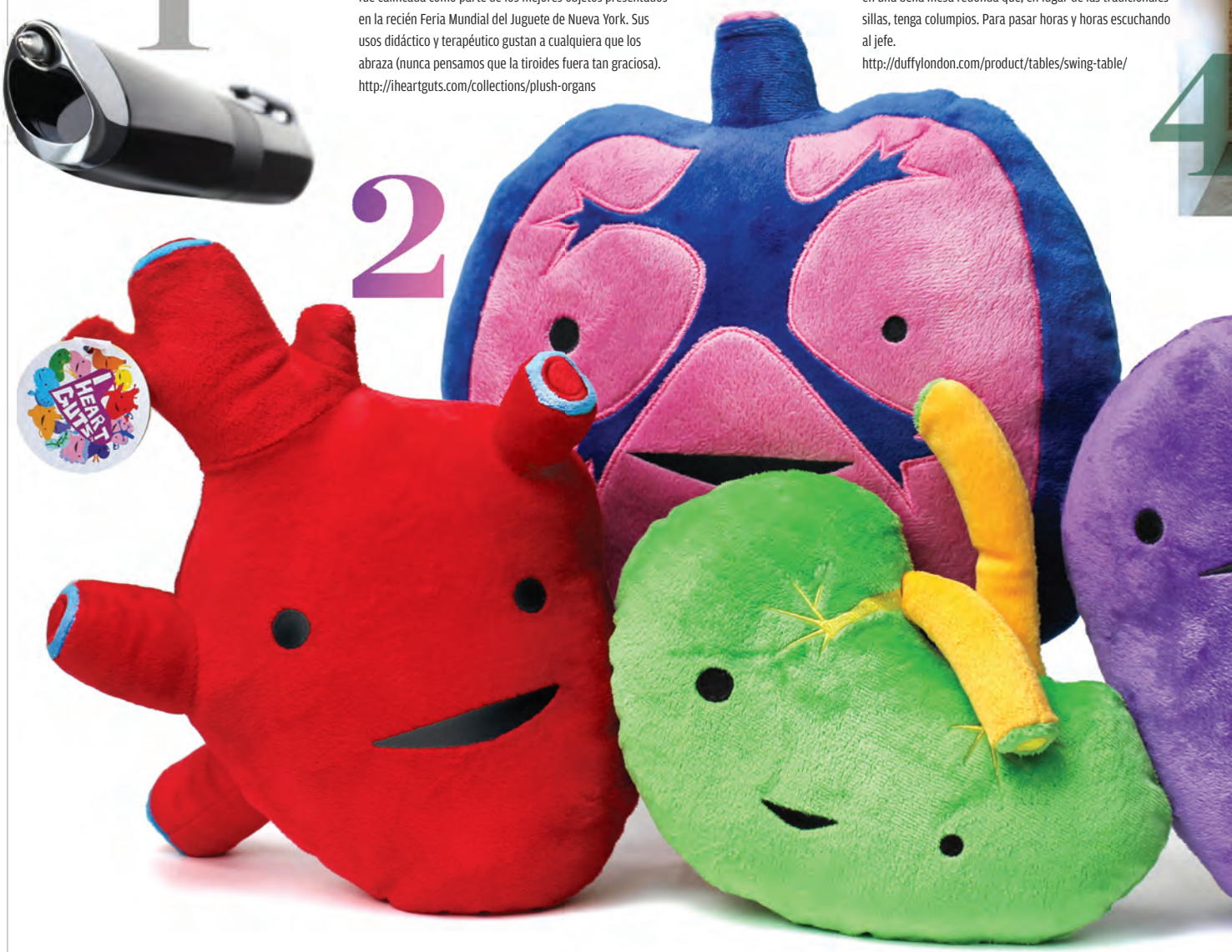
http://www.apple.com/watch/

4 The King Swing Table

Mesa con columpios para oficina

Si sólo la convocatoria a algunas reuniones de trabajo es para volarse la tapa de los sesos, qué tal si la junta se realiza en una bella mesa redonda que, en lugar de las tradicionales sillas, tenga columpios. Para pasar horas y horas escuchando al jefe.

http://duffylondon.com/product/tables/swing-table/

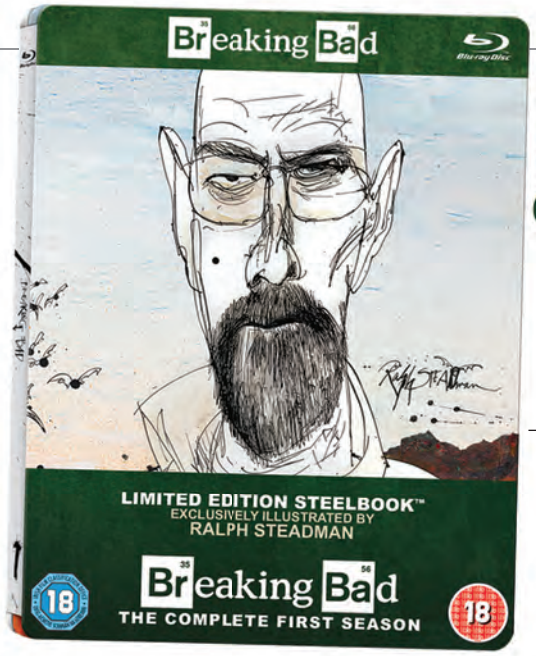


5

Breaking Bad.

Serie completa con arte de Ralph Steadman
Blu-ray box set

Si la aparición de *Better Call Saul* ha resucitado el entusiasmo por *Breaking Bad* en México, aquellos coleccionistas verán complacidas sus exigencias por el *box set* recién desembarcado de las seis temporadas de la serie de Vince Gilligan. Ilustrado por el caricaturista inglés Ralph Steadman, famoso por sus retratos de Hunter S. Thompson y, ahora, por su abierto fanatismo por *Breaking Bad*.



6

Blue Dot - Real Good Chair

Silla

La influyente diseñadora Jaime Derringer, del despacho estaodunidense Milk, ha creado una nueva generación de artefactos y muebles, entre los que destaca esta silla de líneas tan rectas que recuerdan el origami japonés.
http://www.2modern.com/products/real-good-chair

7

Phorm

Cubierta para iPad

Es curioso cómo el debate sobre el teclado físico y el *touchscreen* permanece, a pesar de los años. Pues para aquellos que desean "sentir" al momento de teclear sobre la pantalla de su iPad está a punto de llegar a las tiendas Phorm, una especie de cubierta cuyo objetivo es hacer sensible cada tecla en pantalla, al gusto del usuario. Una genialidad.
http://www.getphorm.com

8

Willow App

Aplicación para citas

Si ni en febrero lograste conocer a tu media naranja, tal vez haya problemas con esas fotos que subiste a Facebook y Tinder. Por eso hay una nueva opción para las citas vía celular. Se llama Willow y funciona a partir de preguntas sobre gustos y costumbres de los interesados. Las posibilidades aumentan.
http://www.thewillowapp.com

OBJETO DEL DESEO

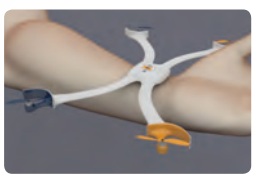
NIXIE

Nixie será la primera cámara portátil voladora. A tu señal, este cuadrúpedo se extenderá y tomará vuelo, gracias a sus minirrotores. Ya en el aire, la cámara de Nixie disparará el tiro perfecto desde una extraordinaria perspectiva, capturando el mejor momento sin interrumpir tu actividad.

Christoph Kohstall, Jelena Jovanovic y Michael Niedermayr, de Estados Unidos, son los creadores de Nixie y ganadores del primer lugar de la competencia mundial Make It Weareble, impulsada por la fabricante de chips Intel. Con medio millón de dólares en la bolsa, el equipo Nixie ha iniciado el diseño de producción que llevará a este pequeño pero fascinante dron a las tiendas en meses próximos.

Si 2014 fue el año de las selfies, los drones vendrán a hacerlas espectaculares en 2015.

Más información flynixie.com



Acciones para la certificación en la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres

Para impulsar una transformación institucional de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y con la intención de consolidar a **Profeco** como una institución incluyente, se puso en práctica una nueva cultura de igualdad entre mujeres y hombres, tanto al interior de la Procuraduría como en el diseño, la implementación y evaluación de políticas y programas. Este esfuerzo se centró en:

- **Sensibilización** en el tema para servidoras y servidores públicos y cursos de capacitación para mandos medios y superiores, que incluyeron la difusión de valores y acciones encaminadas a la erradicación de prácticas discriminatorias, una revisión de los criterios de igualdad y no discriminación, previsión social, clima laboral, accesibilidad y ergonomía, así como la libertad sindical en la Institución

- **Actualización** del Código de Conducta de **Profeco**, incluyendo entre los valores que deben observar los servidores públicos de la institución, el de la "Convivencia laboral pacífica" como antítesis de la violencia laboral

- **Aprobación** del Protocolo de Intervención para la Atención de Casos de Violencia Laboral por parte del Comité de Ética de la Procuraduría

- **Promoción** de un ambiente de trabajo seguro, sano y pacífico, libre de violencia y de acciones que denigren y lastimen la integridad de las personas, como el hostigamiento y el acoso sexual

- **Certificación** en la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres, que abarca las oficinas centrales, el Laboratorio Nacional del Consumidor y las instalaciones del Centro de Capacitación y Desarrollo

Estas acciones muestran que en Profeco la igualdad entre mujeres y hombres es compromiso a nivel institucional para que sea un principio y un valor compartido por todas y todos quienes formamos parte de esta institución

ESTA ES LA NUEVA **PROFECO**, LA DEFENSORA DEL CONSUMIDOR

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

MOVER MÉXICO

A nosotros también nos pegó la primavera

Enamórate de esta promoción:

Suscríbete por **$250**

y recibe hasta la puerta de tu casa

12 números por el precio de 10

Llama al **5516 6612** o **5212 0468** desde el DF y zona metropolitana
o al **01 800 468 8722** (larga distancia sin costo) para más información

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

MOVER MÉXICO

PLATILLO SABIO

PROFECO

Edición coleccionable

No.1

Aunque puedes adquirir atún enlatado prácticamente todo el año, México ha adoptado compromisos para suspender la pesca en noviembre y diciembre. Mayo es el mes óptimo para comprar especies como el aleta azul

ATÚN

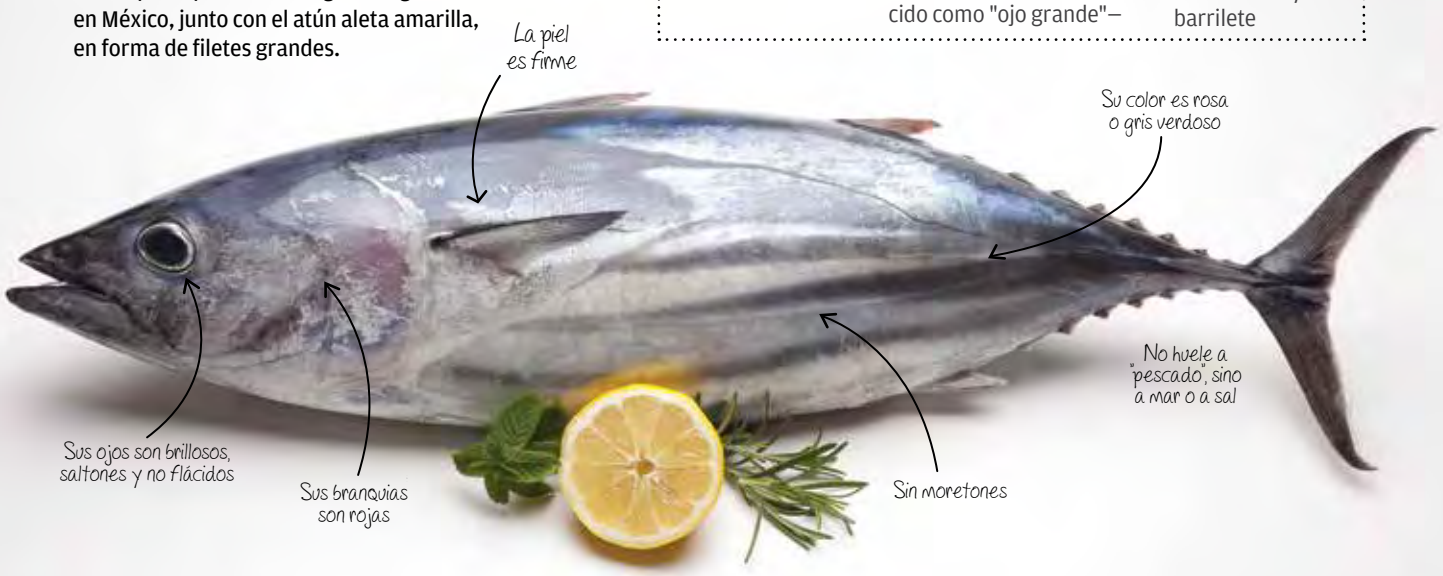
Por su calidad, el atún aleta azul criado en los ranchos marinos de Baja California es exportado a Japón y Dubai; la buena noticia es que lo puedes conseguir congelado en México, junto con el atún aleta amarilla, en forma de filetes grandes.

EL ATÚN FRESCO MEXICANO OFRECE VARIEDAD A LOS PALADARES:

El aleta amarilla

El patudo –también conocido como "ojo grande"–

El aleta azul y el barrilete

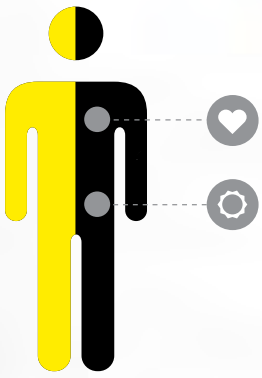


Cuerpo

Los ácidos poliinsaturados, y en mayor medida el Omega 3, son saludables para las personas que tienen problemas con el peso.[1]

Corazón

Este alimento también te ayuda a bajar el colesterol, el nivel de triglicéridos y la coagulabilidad de la sangre.[2]



Las posibilidades de combinación del atún son infinitas. Además del sushi, hay una gama de preparaciones que le van bien al atún: cocido, en ceviche –en lugar del pescado blanco–, escabeche, encebollado, marinado. También combina con frutas –como el melón y las fresas–, verduras –como la espinaca– y leguminosas –como el garbanzo y los chícharos.

Fuentes

_. (13 de febrero de 2013). "Atún engordado en Ensenada exportado a Dubai", consultado el 13 de febrero de 2015 en http://ensenada.net/noticias/nota.php?id=33196

Dávalos Mecalco, Selene G.; Zamora Pantoja Diana R. "Alimentos marinos: tipificación y proceso de almacenamiento", consultado el 13 de febrero de 2015 en http://www.revista.unam.mx/vol.6/num9/art90/sep_art90.pdf

_. (s. f.) Recetarios Sagarpa, consultado el 13 de febrero de 2015 en http://www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/descargar_recetarios

SE SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROFECO PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

POLLO HIDALGUENSE

(6 raciones)

Aporte nutrimental por ración:

Kcal.	proteínas	grasa	fibra dietética	colesterol
458	**22** g	**29** g	**4** g	**64** mg

INGREDIENTES

- 6 piezas de pollo limpias y salpimentadas (800 g)
- 6 papas cortadas en cubos o cuarterones (800 g)
- 2 jitomates grandes asados y molidos (500 g)
- ½ kg de hongos limpios, cortados y escurridos. Puedes usar los de tu preferencia
- 3 chiles poblanos asados, desvenados y en rajas (300 g)
- ½ cebolla finamente picada (100 g)
- 1 rama de epazote (5 g)
- 2 dientes de ajo finamente picados (4 g)
- 1 ½ taza de caldo de pollo o agua
- 9 cucharadas de aceite (90 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Calienta la mitad del aceite y sofríe las papas y el pollo hasta que se vean doraditos. Retira de la sartén y reserva
2. Vierte el aceite restante en la misma sartén y acitrona la cebolla y el ajo. Incorpora los hongos y sofríelos hasta que comiencen a soltar su jugo
3. Agrega el jitomate y cuando comience a cambiar de color, añade las rajas y el epazote
4. Vierte el caldo, el pollo y las papas. Salpimienta al gusto; tapa, baja el fuego y deja guisar hasta que el pollo y las papas estén cocidos

¡Listo! Sirve el pollo bien caliente

PESCADO CON PASTA Y VEGETALES EN SALSA DE TAMARINDO

(6 raciones)

Aporte nutrimental por ración:

Kcal.	proteínas	grasa	fibra dietética	colesterol
606	29 g	27 g	3 g	139 mg

INGREDIENTES

- 6 filetes de pescado (600 g)
- 2 huevos batidos (110 g)
- 180 g de pasta corta, cocida al dente y escurrida
- ¾ taza de pan molido (90 g)
- ½ taza de harina de trigo integral (65 g)
- 200 g de tamarindo (sin cáscara ni semillas)
- 1 pepino pelado, sin semillas y cortado en cubos (200 g)
- 120 g de chícharos cocidos
- 1 pimiento rojo cortado en cuadritos (100 g)
- Jugo de un limón (30 g)
- 1 chile chipotle adobado (5 g)
- 2 dientes de ajo triturados (4 g)
- 1 ½ taza de agua
- 2 cucharadas de azúcar (20 g)
- ½ taza de aceite (120 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Unta el ajo sobre cada filete, salpimienta. Baña los filetes con el jugo de limón y déjalos marinar durante media hora en el refrigerador
2. Coloca la harina, el pan molido y el huevo batido en tres recipientes extendidos (cada uno por separado)
3. Escurre cada filete y pásalo primero por la harina, luego por el huevo y finalmente por el pan molido
4. Calienta el aceite y fríe los filetes por ambos, lados hasta que queden doraditos. Escurre sobre papel absorbente y reserva
6. Mezcla la pasta con el pimiento, los chícharos y el pepino
7. Sirve la pasta con vegetales, monta encima un filete y baña con la salsa de tamarindo.

PREPARACIÓN DE LA SALSA

1. Calienta el agua y hierve el tamarindo hasta que reduzca
2. Muele el tamarindo con el chile chipotle y el azúcar
3. Cuela sobre una sartén, prende el fuego, salpimienta, verifica la consistencia y sazona al gusto

OTROS SABORES PARA LA CUARESMA

Tips del chef

Ya ha sido suficiente de pescado, pollo y soya. Para esta época de cuaresma te recomendamos otros ingredientes, tan sabrosos y nutritivos como los tradicionales de esta época. Toma nota

En las recetas en las que comúnmente empleas carne, queso, pollo o atún súplelos con ingredientes que tengan proteínas y otros nutrimentos y se complementen. Puedes preparar tortitas de harina de amaranto con champiñón o de garbanzos, amaranto y champiñón y espinacas.

Lentejas de cualquier color, acompañadas de verduras de todos colores, en ensalada o al vapor y con un poco de aceite, poco vinagre y una pizca de sal.

Mezcla cereales (maíz, arroz, avena, trigo) con leguminosas (garbanzo, frijoles, lentejas, habas amarillas, chícharo seco o alberjones) para enriquecer los nutrimentos de unos con los de los otros. Agrega verduras, de preferencia en ensalada fresca.

También hay flores comestibles, como los colorines, la flor de yuca o de izote, que se pueden convertir en deliciosas tortitas asadas a la parrilla, mezclando masa de maíz. Se pueden guisar con otras verduras o con la flor de jamaica que se empleó para hacer agua y la flor se ocupa para hacer deliciosos taquitos con tortillas de maíz o en una tlayuda (tostada de dimensiones dos veces una tortilla de maíz) untada de frijoles machacados, sazonada con cebolla picada salteada y hierbas como el epazote, son deliciosas y servidas con una rebanada de aguacate aportan grasas saludables y minerales importantes, además de saciar.

Utilicemos tubérculos, pero no sólo papa, sino también camote o yuca. Haz la prueba y sustituye en tus recetas estos alimentos parientes de la papa.

Tere Rull Reveles
Nutrióloga y chef especialista en dietas modificadas libres de gluten y contra alergias, obesidad, diabetes, así como para deportistas y adultos mayores.
Citas: (55) **55 73 39 16**